

传播学：学科危机与范式革命

胡翼青 著

首都师范大学出版社

内容提要

本书在对传播学研究进行百年回眸的基础上，就传播学的学科危机加以分析，对其范式革命进行阐发，并重新阐释了传播学的母题、视野与方法，提出了传播学的研究核心应当是"信息人"，给人以诸多启迪。

书 名：传播学：学科危机与范式革命

作 者：胡翼青 著

出版社：首都师范大学出版社

ISBN：7-81064-748-2

中图法分类号：G206

出版日期：2004 定价：38.00元

学习 · 思考 · 创新

序 《传播学：学科危机与范式革命》



一个多月前，胡翼青跟我说，他写的一部关于传播学研究的书稿即将完成，他让我当该著的第一读者，希望我能做三件事：作鉴定，提意见，写序言。他告诉我：论著的主体部分，其基础是本科毕业论文和硕士学位论文。而这两篇论文，都是由我指导的。这就陡然使我感到对该著的出版所负有的一份责任，于是感到手头的事再多也无以找到托词，只好恭敬不如从命。

书稿正式定名为《传播学：学科危机与范式革命》。翻阅以后，我感触良多。

感触之一：一分耕耘，一分收获，这条古老的真理再次得到了验证。不满足于现状，不断地自加压力，在耕耘上舍得投入，才可能获得相应的收获。当然，在耕耘时经历艰辛这是不可避免的。艰辛与收获不一定呈正相关关系，但丰硕的收获总是离不开艰辛的耕耘，这却是确定无疑的。从写本科论文开始，胡翼青逐渐萌生了对与本著相关的课题的研究兴趣。经几载努力，不断充实，终于有了今天的收获。收获充满着喜悦，但这是艰辛的耕耘者方能获得的回报。

感触之二：学习、思考、创新，这是为学者的成功路径。胡翼青

读的书很多，他从中汲取丰富的营养；在学习过程中，他善于提出和思考问题；在学习和思考中，他每每有自己的见解。

就《传播学：学科危机与范式革命》而论，我们可以看到它所体现的学养。该著有比较高的立足点，也有比较强的学术性。它在对传播学研究进行百年回眸的基础上，就传播学的学科危机加以分析，对其范式革命进行阐发，并重新阐释了传播学的母题、视野与方法，提出了传播学的研究核心应当是“信息人”，给人以诸多启迪。

该著在对传播学的历史发展回顾时，抓住传统学派与批判学派的二元对立，以此为主线，考察分析了传统学派兴起和批判学派繁荣的历史条件，对经验主义与批判主义之争进行了有见地和有说服力的评析。由此切入，论著进一步探讨了当今传播学学科发展中的种种缺憾。这一部分，为全书的写作奠定了比较坚实的基础。

从第二章开始，论著具体分析了当今传播学研究中的两大危机：一是由于信息时代的到来，网络技术的兴起对传播学所形成的挑战。二是在新的历史条件下传播学学科内部所出现的危机。而传播学学科内部的危机，有种种表现：科学主义方法论所造成的危机，拉斯韦尔模式所隐含的危机，经验主义传播学宏观研究视角所带来的危机，等等。对于上述危机，作者都进行了颇有深度的论析。该著还对经典传播学各领域的研究状况进行了分析，切中肯綮地指出了以往在传播者研究、受众研究、效果研究等方面所存在的不足。应当说，作者列述的传播学研究中的以上危机和不足是客观存在的，而非危言耸听。他做的分析，既符合传播学学科研究本身的历史情况和现实情况，又体现了比较独特的、有相当价值的学理思考。这是难能可贵的。

论著的下半部，着重于探讨传播学的范式革命。这种范式革命与技术主义的兴起有很大关系。该著对技术主义二元结构的分析是令人信服的。范式革命的另一重要动因是人本主义所发挥的越来越重要的作用。经验主义的人本主义转向，技术主义的人本主义转向，传统与批判两大学派的融合，都预示着传播学未来的出路。这是范式革命的题中应有之义。胡翼青预料，“信息人”将成为未来人本主义范式的研究核心，多元方法论将成为未来人本主义范式的研究路径。至此，

作者为解决传播学的学科危机开出了范式革命的药方。

我认为，该著提出了传播学研究中的一个重要课题，并进行了较为深入的分析和论述。虽然其中某些观点不无可商榷之处，但从总体情况来看，立论具有一定的建设性。全书的结构框架合理，各章之间体现了比较紧密的内在联系，体现出明显的递进性和层次感。书中的不少地方颇有新意。他回答了当下传播学发展中提出的问题，具有一定的现实意义；在对这些问题的思考中，论著凸现出了较高的学术价值。

感触之三：为学者要能看到自己的不足，并且努力弥补这些不足。我看过胡翼青所写的许多著述，一开始常能找出其中的一些毛病。在指导他的硕士毕业论文时我就指出其文本中的一些缺点。但他很快就能进行修改，体现出明显的提高。但这一次，面对二三十万字的书稿，我所能挑出的瑕疵很少。即使如此，有些问题也还可以进一步考虑。例如，对于核心概论之一的“范式”究竟应该如何界定？又如，在论述中对各种主义、流派的评价，是否准确严谨，分寸恰当？再如，本书后半部分的内容是否用“范式革命”即可概括？尚需慎重酌定。书稿虽然存在某些不足，但仅是白璧微瑕。这说明胡翼青已经具备了自己发现不足和弥补不足的能力。我为他学术上的进步而高兴。

希望他以此为起点，在学术上不断进取，不断取得新的成绩。
是为序。

丁柏铨

2004年8月10日

目 录

导论：传播学的母题、视野与方法

- 一、关于传播学的母题
- 二、关于传播学的视野
- 三、关于传播学的方法

第一章 传播学研究的世纪回眸

第一节 传播学的发轫

- 一、传播学发轫的社会条件
- 二、传播学发轫的学科条件
- 三、传播学的奠基者们

第二节 经典传播学的二元对立：传统学派与批判学派

- 一、传统学派的兴盛
- 二、批判学派的兴起
- 三、经验主义与批判主义之争
- 四、传播学范式的成型

第三节 对当代传播学学科发展的反思

- 一、缺乏系统性
- 二、缺乏理论创新与应变性
- 三、缺乏危机感

第二章 传播革命：来自现实的挑战

第一节 信息社会的来临

- 一、信息社会及其特征
- 二、信息社会的社会变迁
- 三、信息社会中传播学面临的机遇与挑战

第二节 对网络媒介的传播学思考

- 一、作为传媒的网络
- 二、网络与三大传媒的关系
- 三、网络的媒体定位与其传播学特征

第三节 网络对传播实践的再造

- 一、以网络为平台的媒介系统消解了以往传播研究的类型划分
- 二、网络消解了以往传播研究对大众传播媒介的特定含义
- 三、网络传播改变了以往传播学对传播过程的描述
- 四、网络传播形成了一个纯粹的虚拟社会

第三章 经验主义范式缺陷：来自学科内部的挑战

第一节 方法论的危机

- 一、科学主义方法论的主张
- 二、传播学经验主义范式的方法论缺陷
- 三、经验主义量化研究方法的缺陷

第二节 范式研究框架的危机

- 一、拉斯韦尔模式的危机
- 二、传播的经济功能研究
- 三、传播的隐性功能研究

第三节 经验主义传播学宏观研究视角的危机

- 一、经验主义发展传播学的发展历程
- 二、发展传播学经验主义范式的危机与修正



3
目 录

第四章 经典传播学诸研究领域的危机与困境

- 第一节 控制研究的危机
 - 一、控制研究的两项里程碑
 - 二、网络的控制体制与把关人
- 第二节 受众研究的两难境地
 - 一、经验主义范式受众研究的理论发展
 - 二、网络的受众及其对传统受众理论的冲击
- 第三节 效果研究面临挑战
 - 一、传播效果研究的百年历程
 - 二、网络时代效果理论的嬗变

第五章 技术主义范式的兴起

- 第一节 技术主义范式的思想脉络
 - 一、伊尼斯的媒介决定论
 - 二、麦克卢汉的媒介决定论
 - 三、梅罗维茨的媒介决定论
 - 四、技术主义范式的成型
- 第二节 技术主义范式的二元结构
 - 一、乐观主义的技术决定论
 - 二、悲观主义的技术决定论
 - 三、对两种技术决定论的反思
- 第三节 技术主义与人文主义之争
 - 一、研究核心的分歧
 - 二、研究方法的分歧
 - 三、受众理论的分歧
 - 四、效果研究的分歧

第六章 传播学研究新范式的崛起

第一节 回归主体性

- 一、经验主义的人本主义转向
- 二、技术主义范式的人本主义转向

第二节 传统与批判两大学派的融合

- 一、两大学派融合的多种努力
- 二、使用与满足理论——两大学派结合的契入点

第三节 新人本主义范式：传播学的未来与出路

- 一、新人本主义范式雏形的理论假设
- 二、对当前人本主义传播学的批判

第七章 信息人：新人本主义范式的研究核心

第一节 对其他学科人性假设的考察

- 一、“经济人”假说
- 二、管理学人性假设的演变

第二节 “信息人”的本体意义

- 一、信息与人
- 二、“信息人”的本体意义

第三节 “信息人”的界说

- 一、对“信息人”概念的界说
- 二、“信息人”的静态界说
- 三、“信息人”的动态界说
- 四、“信息人”概念的理论意义

第八章 多元方法论：新人本主义范式的研究路径

第一节 方法论的融合

- 一、人本主义方法论的主张
- 二、两大倾向的对立与融合

三、复杂性科学的兴起与方法论的融合

四、人本主义范式方法论的二重性

第二节 量与质的研究方法的融合

一、质的研究界说

二、质与量的研究方法的融合

三、新人本主义范式中质与量的研究方法的统合

第三节 二次跨学科：学科一体化研究方法的出现

一、跨学科研究的历史贡献

二、二次跨学科的时代背景

第九章 中国传播学：危机与出路

第一节 中国传播学研究的历程

一、起步阶段

二、发展与挫折阶段

三、繁荣阶段

第二节 中国传播学研究的危机

一、学科理论缺乏原创性

二、缺乏应有的理论积累

三、对其他学科的理论影响甚微

第三节 关于传播学本土化的讨论

一、关于传播学本土化的不同理解

二、对中国传播学未来定位的认识

后记

主要参考文献

导论：传播学的母题、视野与方法



当代传播学面临学科危机，呼唤研究范式的革命。

在传播学近 100 年的发展史上，关于传播学母题、视野和方法的讨论是一个常议常新的话题。关于母题、视野和方法的看法决定了传播学研究的不同范式。时代不断赋予传播以新的涵义，要求传播学研究范式不断调整，革故鼎新，以适应社会的变迁。信息时代的到来，传播技术的革命，给传播学带来巨大挑战和发展机遇，要求我们再次审视传播学研究的一系列基本范畴、基本问题，并重作假设，重行阐释，重新论证。

一、关于传播学的母题

在现代科学体系中，传播学是一门主要立足于人文社会科学领域并在某些方面兼涉自然科学的多栖型主干学科。在过去相当长的一段时间中，关于传播学母题的界说似乎已有定论。传播学家们通常把传播学的母题规定为对传播过程的研究。受到以心理学、人类学、社会学等学科为核心的行为科学的影响，以往的主流传播学者把传播学的主题界定为研究某个人传递刺激以影响另一些人行为的过程。应当

说，这些研究取得了重要的成果，却有意无意地淡化了传播活动的本质——人的一种生命活动，在不同程度上忽略了传播活动的主体——人。因此，当信息社会来临，传播的技术与方式发生了较大的改变时，传统行为科学的研究方式无法有效地进行理论创新，传播学的学科危机降临了。基于上述缘由，本书呼吁传播学研究的母题应当旗帜鲜明地复归传播的主体——人。

有些传播学家已经意识到传播研究的母题是“人”，然而并没有就传播学的特殊研究对象做出清晰的界说。深究起来，任何人文社会科学主干学科的研究母题都是人，但每一门人文社会科学的研究对象都是人性的某一特定的维度、特定的层面。因此，若干真切却又或多或少失之于泛化的呼吁向人复归的传播学研究主张，往往淹没在“过程研究”的声浪之中，至今并未得到真正的重视，这不能不说是一种遗憾。本书认为，传播学研究的是人的信息属性。基于交往实践的信息需求，是人的生存和发展的最基本和最重要的需求。包括信息意识、信息知识、信息能力、信息伦理等在内的信息素养，是人的文化素质的重要基石与突出标志。如同经济学研究的母题是经济人，社会学研究的母题是社会人，政治学研究的母题是政治人，人类学研究的母题是文化人，教育学研究的母题是学习人，管理学研究的母题是组织人一样，传播学研究的母题是信息人。

“信息人”用以指称不断追求信息获取、交流与使用最优化，借以满足自身生存与发展需要的各色人等。

“信息人”假说的要义有三：

其一，信息是人的基本生命欲求之一，信息传播活动是与人终身相伴的生命活动。

其二，“信息人”追求信息获取、交流与使用最优化的自觉水平、呈现方式和实现程度，与人生存的时代条件、地域环境、文化背景，以及人自身的社会地位和信息素养等要素，具有密切而复杂的内在联系。

其三，古往今来，处于不同发展水平、具有不同信息个性的“信息人”，与变动不居的信息环境共生互动，形成了气象万千而又具有

特定运行机制的传播世界。

在我看来，基于人类信息传播发展历史提出的“信息人”这一具有普适性的概念，可以从静态和动态两个向度加以界定，并且可以从这两个方面展开理论架构和综合研究。如果我们能充分利用信息时代的研究平台，把“信息人”假说琢磨明白——准确地说是相对明白、大体明白，不但有助于辨识、提升百年传播学的宝贵成果，全方位汲取人文社会科学乃至自然科学相关学科的宏富资源，逐步解决传播学面临的危机，而且有可能使未来传播学像现代语言学等学科那样，对整个人文社会科学以至整个现代科学体系的发展产生其他学科难以替代的影响。

以“信息人”为研究的轴心和纲领，呼唤着一场传播学范式革命的来临。事实上，一种新的研究范式正在孕育成型，终将脱颖而出。本书试将传播学的新范式命名为新人本主义范式。在“信息人”研究的旗帜下，新人本主义范式得以整合经验主义、批判主义和技术主义范式的理论和方法，以一种“综合传播学”的面貌，进行别开生面的传播研究。

二、关于传播学的视野

对于传播根本问题的不同看法造成了传播学研究的不同视角。在经验主义范式的视野中，传播者如何对受众产生影响是研究者关注的核心。经验主义者希望像自然科学那样，价值无涉地展现传媒及其传播的信息对受众产生影响的全过程。在批判主义范式的视野中，传媒如何维护社会统治集团的利益，如何异化广大受众成为研究者最关心的话题。持批判主义立场的研究者认为，传播的研究不能摆脱特定的社会历史背景，也不可能摆脱特定的价值观。他们还指出经验主义的研究无视传播领域内真正重要的问题。而在技术主义范式的视野中，传媒技术本身对于社会的巨大影响成为研究者关注的核心；技术主义者因此对传播技术影响下的人类社会充满了过于乐观的或者是过于悲观的情绪。

以“信息人”为研究母题，以新人本主义范式为传播学的主导范式，意味着传播学视野将有较大幅度的开拓。从动态的角度讲，以往

经典传播学的理论以及相关的科学文化思想资源将会因为“信息人”这样一个具有历史厚度的概念，而被重新整合，形成错落有致的传播思想史理论；在此基础上，层出不穷地孵出传播理论的生长点和新生面。从静态研究的角度来看，通过引进包括复杂性科学在内的多元科学文化视点，许多经典传播学理论在微观层面将可能得到进一步的发展，并从根本上改变目前宏观传播研究与微观传播研究二元对立的局面。

在“信息人”研究的视野中，一些以往关注不够、探究不足的问题有可能生成研究的重点乃至焦点，例如：

- (1) 人类信息传播思维的发生与发展规律；
- (2) 人的基本信息需求及信息人在传播中的多重主体地位；
- (3) 信息获取、信息交流与信息使用最优化的一般条件与主要途径；
- (4) 传播对于个人及人类发展的意义和价值；
- (5) 复杂社会关系及复杂行为对传播的影响；
- (6) 传播技术和传播媒介对人的复杂影响；
- (7) 在混沌的传播巨系统中，信息传播的发展空间、发展秩序以及可见的发展陷阱与发展限度；
- (8) 信息人的角色定位、历史变迁及其与传播发展的交互影响。

三、关于传播学的方法

传播学不同的研究对象与视野，造就了不同的传播研究方法。以传播过程为研究对象的经验主义者倾向于采用实证主义的方法，强调定量的研究手段，解决传播领域中的问题。以宏观传播现象为研究对象的批判主义范式，则强调用哲学思辨的方法进行传播学的研究。在研究技术对社会的作用时，技术主义范式更加强调直觉和逻辑推论的方法。每一种传播研究方法都能从一个侧面有效地关注传播的问题，这些方法在推动各种范式的理论发展上起到了关键的作用。

然而进入信息时代以后，传播现象比以往更为复杂多变。任何一种方法都不足以有效解决传播领域的种种新问题。各范式不同方法的融合成为传播学研究发展的一种趋势。采用“信息人”假说为研究的

核心理念，新人本主义范式能够将以往范式的方法加以综合，形成一种多元方法论。哲学思辨方法与实证主义方法的结合，量化与质化研究方法的结合，成为新人本主义范式的主要研究方法。新的范式还带来了新的科学观和方法论。本书指出，新人本主义范式扬弃经典物理学的科学观，建构起复杂性科学的科学观，把动态性的研究、偶然性的研究、多样性的研究纳入研究的视野，并借鉴模糊数学、拓扑学、耗散结构论、突变论等多种复杂性科学的研究手段，探索解决信息传播中人的主体间性这类十分复杂的课题，为传播学的研究开辟了一条新的道路。

“信息人”这一研究母题内涵广泛，其研究领域无疑是一个开放的平台。在新人本主义范式的传播研究中，不同的学科，包括来自于自然科学、工程科学各学科的理论与方法都能通过“信息人”的研究介入到传播研究的过程中，使跨学科研究和学科一体化研究真正地兴盛起来，使传播学逐步变成一门名副其实的“开放”的人文社会科学。

第一章 传播学研究的 世纪回眸



过去因现在而改变，现在为过去和未来所指引。讨论传播学的危机与出路，离不开传播学思想史的支持。顺着传播学思想史发展的脉络，我们可以清楚地认识到传播学当前危机的历史渊源；通过对传播学思想史的分析 and 研究，我们也可以得到正确的指引，使传播学找到正确的发展方向。

第一节 传播学的发轫

尽管自人类诞生以来，传播现象就是一种显性的社会存在，然而传播学的出现却是最近一个世纪的事。传播学与其研究对象——人类传播现象之间，存在着几千年的时间差：人类传播活动古已有之，而传播学却是一门很年轻的学科。

传播学的萌芽最早可以回溯到 20 世纪初的美国。一般认为，19、20 世纪之交在以美国为代表的西方国家中兴起的工业化与城市化的浪潮，为现代传播的发展和传播学研究的出现乃至系统化，提供了必

要的硬件条件。与之相适应，人文社会科学各学科通过不断分化与融合，具备了共同研究传播问题的实力，从而为传播学的萌芽提供了必要的软件条件。

一、传播学发轫的社会条件

任何学科的发轫均源于社会关注，而任何新的社会关注，均源于社会变迁。19 世纪后半叶开始到 20 世纪上半叶，人类社会进入了革命性的发展阶段。从经济史与社会史的角度来看，此间发生的第二次工业革命极大地改变了人类的生活。从政治史的角度来看，此间发生的第一次和第二次世界大战，对人类的历史产生了深远的影响。

第二次工业革命的发生，推动了以新能源、新动力为代表的科技的发展，电力工业蓬勃地发展起来。今天看来，对于传播而言，第二次工业革命的作用有两点：一是科技的发展为三大传媒的形成和完善提供了技术上的保障；二是工业革命所带动的城市化进程为大众传媒提供了广大的受众群。这两方面的影响直接导致现代大众传媒的兴起，又间接地推动了传播学的建构。

一方面，电力革命直接促生了广播、电视等电子传媒。从 19 世纪末到 20 世纪初，仅仅几十年的时间，电话、无线电广播、电影、电视等一系列电子传播工具如雨后春笋般不断出现，广播和电视直接走进了千家万户的生活，并随着时间的推移，改变着人们的生活和对世界的感知。“电报、广播之类的技术，把老的术语‘交流’改装成为一个新的词汇。‘交流’一词，原来是表达任何种类的物质迁移或传输，现在它表达的意思是跨越时空的准物质连接。由于有了电，尽管有距离或表现形式的障碍，交流还是能够发生。”另外，由于得到电报、电话等通讯工具和更为先进的印刷机的支持，报纸的制作也进一步现代化，办报成本逐渐减少，商业报纸得以彻底立足，报纸开始真正成为名副其实的大众传媒。

我们可以将这一革命性的历史进程记录如下：

[美] 彼得斯：《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，5 页，北京，华夏出版社，2003。

1844 年，美国工程师塞缪尔·莫尔斯实现了异地的电报发送；

1866 年，出现了每小时印四面 7 000 份的轮转印刷机；

1876 年，美国工程师 A·G·贝尔发明电话；

1895 年，意大利科学家马可尼试验无线电通讯技术获得成功；
而在同年，法国的卢米埃尔兄弟发明了电影；

1901 年，马可尼实现了跨越大西洋的无线电信号传输试验；

1906 年，美国科学家李·D·福雷斯特发明了电子二极管，使广播电视收视工具的发明成为可能；

1920 年，世界上第一家广播电台 KDKA 在美国匹兹堡播音；

1925 年，英国科学家贝尔德发明了电视；

1936 年，英国广播公司建立了世界上的第一家电视台。

当这一切出现以后，地球发生了翻天覆地的变化。面对这一段历史，施拉姆作了如下的描述：“大众媒介只是在地球生命的漫长一天的最后一秒才开始被利用的。但是就在这个时候，印刷和读物已到达地球的每一个角落。地球上每一块有人居住的地方上空都充满了无线电信号。”“信息传播来自更远的地方。地平线几乎一夜之间向远处退去，世界越过最近的山头或看得见的地平线延伸到了更远的地方……力量从那些能记住很久以前的事的人那里，传到了那些掌握遥远地方有关信息的人那里。”面对同一段历史，麦克卢汉则发出了震惊世界的感慨：“由于电力使地球缩小，我们这个地球只不过是一个小小的村落。”

这一切的一切，为传播学的出现奠定了良好的物质和技术基础。一般说来，人文科学与社会科学的发展往往取决于对象的成熟程度。人类早期的传播事业渗透于人类社会的一切活动中，处于非专业化状

参见张国良主编：《新闻媒介与社会》，17～19 页，上海，上海人民出版社，2001。

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，16～17 页，北京，新华出版社，1984。

[加] 马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介——论人的延伸》，何道宽译，22 页，北京，商务印书馆，2000。

态，媒介的技术也极其落后，对人类社会发展的重要影响难以彰显，因此通常被视为其他行为的组成部分，对传播的研究当然也就无法真正成为一门独立的科学。专业性大众媒介尤其是电子媒体的出现，使传播不再依附于其他行为而成为独立的社会部门。当人类的生存空间被传播改造为一个“地球村”时，传播研究才有可能变成独立的传播科学。

另一方面，与工业革命交织在一起的城市化进程为大众传媒培育了大量的潜在受众。所谓城市化，是指农业人口向城市的流动。城市化的进程使发达工业国家的城市人口急剧上升。1851年，英国城市人口第一次超过了农村人口，而到1900年，城市人口已占总人口的75%。1848年，美国的城镇人口尚不足10%，到1920年美国城镇人口已经超过总人口的60%。城市人口的扩大增加了传媒受众群的规模。“大城市的增长，已经大大扩大了读物的出版规模。这种读物，在乡下曾经是奢侈品，在城市里已变为必需品。在城市范围内，人们的读和写几乎同说话一样是生活的必需。”

与此同时，城市化也塑造了一种与农村生活完全不同的生活方式，这种生活方式使潜在的受众真正变成了传媒的受众。这种生活方式主要表现在两个方面：一方面，与面朝黄土背朝天的农业人口的生活相比，城市人有了更多的闲暇时间，“城市化与城市现代化的过程，也就是人类社会休闲时间增多的过程”。可自由支配的时间不断增加，使市民能够而且必然成为传媒的阅听人。另一方面，城市化使人的信息需求发生了质的变化。生活在现代社会的市民比生活在传统社会的村民有着更多和更复杂的信息需求。他们不再满足于传统社会的人际交流及街谈巷议所涉及的家长里短的琐碎信息，而是需要了解自己所在的城市、国家乃至整个世界的信息，以满足工作、生活和自我

[美] R·E·帕克、E·N·伯吉斯、R·D·麦肯齐：《城市社会学》，宋俊岭、吴建华、王登斌译，79页，北京，华夏出版社，1987。

张鸿雁：《侵入与接替——城市社会结构变迁新论》，122页，南京，东南大学出版社，2000。

实现的需求。大众传媒显然成为了市民获得这些信息的最重要的渠道。

学者们普遍认为城市化与工业化是两个互为因果的历史进程。没有工业化就谈不上城市化，是工业创造的就业机会带动了城市的繁荣。城市繁荣的受益者很多，然而大众传播无疑是最大的受益者之一。

随着大众传媒的普及，传媒在市民中的影响越来越普遍。罗杰斯认为，从以下一些历史事件中可以看到当时大众传媒的巨大影响力：“（1）赫斯特报纸成功地赢得了公众对西班牙反美战争的支持，（2）二战期间，纳粹领导约瑟夫·戈贝尔的宣传机器大显威力，（3）麦迪逊大道上的广告常常影响了美国消费者的行为和公民的选举。”传媒的影响力日渐扩大，引起了人们的广泛关注。正是因为这种关注的存在，传播学的出现成为一种历史的必然。

光有市民的关注，传播学不一定会发展成今天这样的理论结构。传播学之所以发展为以经验主义为主流的理论结构，应当归功于相关政府的推动。社会上层之所以对传播感兴趣，与两次世界大战有着密切的关系。

早在西欧封建社会时期，各国的统治者已经意识到传媒作为一种重要的社会控制手段的存在，欧洲某些国家的书报检查制度的存在便是明证。传媒的力量使用得当，就会有利于统治者的统治，它可以帮助统治者调和阶级之间的矛盾，扩大本国的经济势力与政治势力；传媒使用不当，也会带来社会动荡的后果。所以，各国统治者处理大众传播问题时总显得十分谨慎和保守。但是，由于受到当时传播技术的局限，报纸期刊等传媒的影响范围十分有限。比如，由于当时还没有电子媒介，不识字的平民显然很少受到报纸等传媒的影响。因此，当时的统治阶层并没有把传播作为统治的核心问题来看待。然而，两次世界大战改变了这一切。

[美] Everett M. Rogers: 《创新的扩散（第四版）》，辛欣译，267页，北京，中央编译出版社，2002。

由于资本主义经济的不断扩张，各资本主义板块之间实力对比发生了变化，因此磨擦不断升级，板块内部矛盾不断尖锐，最后终于演变为第一次世界大战和第二次世界大战。在两次世界大战中，战争宣传的覆盖面之广阔，宣传战之激烈，可以说是前所未有。“国际战争宣传在上一次战争中扩大到了如此令人震惊的范围，是因为战争蔓延到了如此广阔的地区，它使得动员人民成为必要。”而战争宣传所表现出来的积极作用，也引起了参战各国的高度重视。“在战争期间，人们意识到仅仅动员人力和物力是不够的，还必须进行公众舆论上的动员。对公众舆论的控制权，正如对生命和财产的控制权一样，都交到了官方手中，因为让人们自由行事的危险远比让官员滥用控制权的危险大。”参战的英国、法国、德国和美国都成立了相应的机构进行战时宣传，它们向各中立国进行游说，并在各自的传媒上指责敌对国的媒体报道是可耻的谎言。在政客们看来，宣传的威力是巨大的，它可以鼓舞本国的士气，打击敌国的锐气，几乎可以说，得宣传者得天下。德国军方直到战争的最后一刻还在强调他们从没有在战场上被协约国击败，他们是被协约国的宣传攻势打败的。

一战后，各国学者都对战时宣传进行了研究，其中包括著名的德国社会学家滕尼斯和美国政治学家拉斯韦尔。滕尼斯等德国学者的研究显然为二战期间希特勒政权利用广播——当时强势的电子传媒——进行成功的战争宣传奠定了基础。而拉斯韦尔的博士论文《世界大战中的宣传技巧》则成为了传播学的奠基之作。

一方面是传播所表现出的在战争中的重要作用，另一方面是传播在公众中越来越大的影响力，这迫使美国等西方发达资本主义国家越来越重视传播研究。他们拨出大量经费鼓励学者进行传播行为的研究。随着二次世界大战的来临，更多的传播研究项目在政府的支持下得以开展，拉扎斯菲尔德、霍夫兰和勒温这三位传播学的奠基者就是在那时介入传播研究领域的。他们的加盟，预示着传播学即将诞生。

[美] 哈罗德·D·拉斯韦尔：《世界大战中的宣传技巧》，张浩、田青译，22页，26页，北京，中国人民大学出版社，2003。

二、传播学发轫的学科条件

经过 19 世纪一个世纪的酝酿，人文社会科学发展到了一个新的高峰。哲学、历史学、文艺学、法学、经济学、社会学、人类学、语言学、心理学、教育学等具有代表性的人文社会科学诞生了一系列日后传播学可以借鉴的理论和方法，对传播学各个学派的产生和发展产生了或直接或间接的影响。比如说，马克思主义哲学中的批判理论、索绪尔的结构主义语言学的理论与方法、皮尔斯的符号学的理论与方法、社会学芝加哥学派的社会互动理论等都是其中最重要的代表。“在传播学的四周，有众多的学科尤其是新兴学科在支持它、丰富它，源源不断地向它输送着新鲜的养料。这给传播学创造了兼收并蓄、融会综合的条件，也给传播学提供了确定对象、构筑体系、明确坐标的重要参照系。”20 世纪初，上述这些学科也开始将日益扮演重要社会角色的传播领域尤其是大众传播领域纳入了自己的研究视野。弗洛伊德、迪尔凯姆、韦伯、齐美尔、詹姆斯等当时最重要的社会思想家在他们的晚期著作中都曾涉及传播的问题。

传播学首先诞生于美国，因此对传播学的诞生具有直接意义的，是一些带有行为科学和横断科学色彩的理论与方法的出现。其中，行为科学的出现以及行为科学所奉行的实证主义方法论直接启动了传播学的研究；系统科学的出现则为传播学提供了方法论方面的重要启迪。

1. 行为科学的影响

“行为科学”这个名词出现于 1949 年的美国，这是一类运用自然科学的实验和观察方法来研究在一定物质和社会环境中的人和其他动物的行为的科学。当前已经确认的行为科学包括心理学、社会学、人类学和与研究行为有关的其他社会科学。有人将行为科学的出现归功于哈佛大学的梅奥所倡导的“人群关系学派”，其实，行为科学是社会科学各学科中奉行实证主义的研究者进行跨学科研究的必然产物。

行为科学的主张一开始是在各学科的经验主义流派基础上提出

邵培仁：《传播学》，7 页，北京，高等教育出版社，2000。

来的。

孔德创立社会学时，就试图将社会学建设成为一门类似于力学的精确科学——社会力学。他在《论实证精神》一书中阐述了实证主义的原则，“实证”具有如下五个方面的内涵：（1）真实的而非虚幻的；（2）有用的而非无用的；（3）肯定的而非犹豫的；（4）精确的而非模糊的；（5）肯定的而非否定的。他认为，“要保证社会学获得有关社会秩序和社会发展的真实规律，就必须使用那些在自然科学中使用过的实证方法：即观察、实验和比较。”孔德的主张在迪尔凯姆等学者的努力下成为了社会学的主流研究范式，从而使社会学一开始就带有了行为主义的色彩。

在心理学方面，由于受到生物学某些研究的鼓励，在巴甫洛夫、别赫捷列夫和华生的实验室诞生了行为主义心理学。作为20世纪初最有影响力的心理学流派，行为主义向世人展示了个体与环境之间的互动关系，并指出：“一切‘内部’生活现象实际上都是像肉眼可见的肌肉收缩同样客观的——虽然不是同样可以观察到的——机制的作用”，“想像和思维是根据‘内隐’的肌肉行为尤其是根据语言的器官和其他代表外现行为系统的机制加以说明的。”

各学科的经验主义流派很快就发现了这样一个问题，那就是研究社会结构不能完全抛弃对个人行为与心理的研究；而研究个人心理也不能无视社会因素的重要作用。因此包括社会学、心理学、政治学和人类学在内的多个学科的经验主义思潮开始互相渗透，被逐渐统一在研究人的行为的旗帜之下，行为科学就此问世。行为科学可以被看作是奉行经验主义的社会科学研究者超越学科的界限对“行为”这一领域进行跨学科研究的产物。

从一定意义上说，传播学的研究对象是人类的传播行为。这种行

[法] 孔德：《论实证精神》，黄建华译，29～30页，北京，商务印书馆，1996。

周晓虹：《西方社会学：历史与体系（第一卷）》，42页，上海，上海人民出版社，2002。

[美] 加德纳·墨菲、约瑟夫·柯瓦奇：《近代心理学历史导引》，林方、王景和译，337页，北京，商务印书馆，1980。

为带有社会性特征，更具有复杂的心理特征，需要加以实证研究。因此传播学的研究必然要受到行为科学的影响。传播学的主流思潮——经验主义就是在行为科学的观念中萌芽并发展起来的。可以说，如果没有打破学科壁垒、建立在学科一体化理论基础上的行为科学，传播学很可能不是现在这个模样。

另外，行为科学各学科所提供的实证方法，对传播学方法论的建设产生了重要影响。在行为科学诞生之时，行为科学各学科的实证研究方法已经成熟。较多用于政治学和社会学研究的调查研究法和内容分析法，较多用于心理学和社会心理学的实验法、比较研究法以及较多运用于人类学的实地研究法均已得到广泛应用。事实证明，传播学诞生后不久就能取得大量的研究成果，与这些研究方法的支持和帮助是分不开的。

2. 早期系统科学的影响

怎么来评估早期系统科学对战后人文社会科学的发展所产生的积极影响都不为过。早期系统科学指的是香农的“信息论”、贝塔朗菲的“系统论”和维纳的“控制论”，这些都是现代自然科学的重要成果，然而却对人文社会科学的认识论和方法论产生了重要的影响。早期系统科学与传播学血脉相连：它不但对当时传播学的研究有着重要的启发意义，而且从广义上讲，其中的一些理论就是传播理论；与一般传播理论不同的是，这些传播理论是传播学在自然科学领域的表现。

由于早期系统科学的诞生，传播学者对信息这个概念有了更深刻的理解。维纳在《控制论——动物和机器中的通讯与控制问题》一书中写道，“信息既不是物质，又不是能量，信息就是信息。”这一说法从本体论的高度表明信息与物质和能量一样，是物质的一种属性。香农在《通讯的数学原理》一书中指出，信息是“能够用来消除不确定性的东西”，从而站在信息接收主体的角度对信息进行了界定。由于早期系统科学的诞生，信道、信源、接受者、噪音、解码、编码等术语也清晰地进入传播学究者的视野，使他们有了创建传播学的基础的术语体系。没有这些基本概念，传播学就只能借助行为科学的相关术

语，成为一门类似于媒介社会学这样的边缘学科。对此，有学者指出，系统科学的面世，“使得在此以前模糊的信息概念变得在数学上可以操纵，将它从涉及认识和传播术语的各种学科的有冲突的要求中解放出来，并赋予传播和信息过程的研究以合法性”。

信息论对于传播学的研究影响最为直接，这主要体现在该理论直接提出了一个信息传播的模式。香农模式的本意是为了改进受电子干扰和噪音影响的电报或电话线上的传递，却对传播学产生了深远的影响。这并不是因为这个模式已经十全十美，而是因为它启发了传播学者用模式这种方法来表达传播的过程。当然，该模式也对传播学产生了一定的负面影响，因为它过多地强调了传播的客观过程，而并不关注人与人沟通过程中那些复杂的具有主体性的信息本身。

维纳的控制论其实就是一个传播理论框架，涉及信息如何在两个或两个以上单位之间进行流通。控制论的关键概念是“反馈”。反馈是指一个系统把过去行为的信息作为控制未来行为的手段。通过反馈，一个系统可以进行自我修正。这个概念在很大程度上弥补了香农模式的欠缺，因为在香农的线性传播模式中，反馈是不存在的。这意味着用香农模式来解释传播的过程，将会忽视信息接受者的能动性。

系统论对传播学的影响也相当大，把传媒看作是一个系统并在此背景下进行传播的研究，在传播学研究中很快得到广泛运用。比如，传媒生态学的研究便得益于系统论的思想。随着复杂性科学的兴起，关于复杂巨系统的思想对于当代传播学研究产生了越来越重要的影响。

需要指出的是，早期系统科学具有深奥的数理背景，这导致现代传播学在某些方面曲解了系统科学的原意。由于缺乏必要的数理功底，从事传播学研究的学者较少深究自然科学领域中的传播研究，而在自然科学领域中从事传播研究的科学家又基本回避传播的人文意义。这使传播学这一跨越文理两大学科部类的研究领域无法得到必要

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，465页，上海，上海译文出版社，2002。

的理论整合。这可能是传播学未来发展面临的重大障碍。

早期系统科学的出现对于别的学科的意义顶多是增加了一重研究视角，而对于传播学却完全不是这样。系统科学出现后，传播学的框架便定型了。

三、传播学的奠基者们

谈到传播学的奠基者，许多学者都受到了传播学集大成者威尔伯·施拉姆的巨大影响。他们认为，“直接促成传播学产生的学者，是拉斯韦尔、勒温、霍夫兰以及拉扎斯菲尔德。”这种看法颇有一点“成者为王败者寇”的味道。因为这四人被推举为传播学的创始人，无非是因为他们促成的研究流派后来成了传播学的主流研究范式。许多传播史学家认为，“拉斯韦尔、勒温、拉扎斯菲尔德和霍夫兰之所以被提高到奠基人的地位，是因为他们成功地进行了新型方法的复杂的、定量的、有资助的研究。”应当指出，正是过于夸大其研究的价值和地位，因此传播学被不适当地窄化和压缩为个体主义和以研究短期传播效果为主的研究范式。这种窄化和压缩当然对传播学在某一时段某一领域取得突破性进展具有重要意义，但现在看来，也正是因为这种窄化和压缩埋下了当代传播学危机的种子。

1. 杜威、库利与帕克的传播研究

如果今天有谁无视杜威、查尔斯·库利、R·帕克的传媒研究成果的存在及其对传播学的奠基意义，那么只能说明他还不了解传播学。尽管这三位大师并未直接缔造传播学的大厦，但他们对今天的传播学影响深远。

杜威是库利和帕克在密歇根大学的老师。在他们活跃于学术舞台的年代，工业化和城市化的浪潮使世纪之交的美国处于急速的社会变迁中。社会的发展及由此产生的一系列社会问题引起了杜威师徒的高度关注。在杜威看来，社会是一个有机的整体，它并不仅仅代表其个体成员的个人利益。传播的角色在于调和个人自由与社会责任的关

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，204页，上海，上海译文出版社，2002。

系。杜威认为，要重整美国的道德和政治，需要现代传媒充分发挥作用。杜威的这些观点对库利和帕克影响很深。

作为一个持社会有机论的社会学家，库利深信现代传播有助于社会的有机结合，从而有益于社会进步。他给传播所下的定义是“姿态、言谈、写作、印刷、邮递、电话、电报、摄影以及艺术和科学技术——举凡思想和感情从一个人传递到另一个人的所有途径”，“传播历史是所有历史的根本”。他认为现代传媒有四种特性：能够表达各种观念和思想；可以长久保存记录不受时间限制；传递迅速不受空间限制；可送达每一阶层的人。库利乐观地认为传播可以把人从时间和空间、粗暴和压制的束缚之下解放出来。他曾满怀信心地写道：“传播媒介可能使社会越来越根据人类较高尚的德性而结合在一起，像智慧与同情，不是根据权威、阶级、琐务。现代传播媒介意味着自由、前途、无限可能。”

社会学芝加哥学派早期的掌门人帕克比自己的老师和同门要更“专业”一些，他本人在大学主修新闻，又当过一段时间的新闻记者，因此他也被誉为“大众传播的第一个理论家”。帕克把传播定义为“一个社会心理的过程，凭借这个过程，在某种意义和程度上，个人能够假设其他人的态度和观点；凭借这个过程，人们之间合理的和道德的秩序能够代替单纯心理的和本能的秩序”。对于帕克来说，传播绝不仅仅是信息的传播及其效果，传播是人类社会关系的本质所在。“传播远远超出单纯的信息传递与交流：传播创造维持社会。”在帕克的大众传播学著作《侨民报刊及其管理》中，帕克提出了许多今天看来都非常前沿的课题：大众媒体与舆论是如何相互影响的，人际网络与大众媒体是如何联结的，大众媒体与社会变迁是如何互相影响的。他的思考和经验研究至今依然很有借鉴的意义。

本段三处引注参见 [美] Daniel J. Czitrom:《美国大众传播思潮：从摩斯到麦克卢汉》，陈世敏译，149页，146页，台北，台湾远流事业股份有限公司，1994。

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，197页，203页，上海，上海译文出版社，2002。

从上述的概述中可知，在社会有机体论的旗帜下，杜威、库利、帕克都对传播进行过系统的研究，并获得了较为一致的认识。他们把传播放在社会结构组成部分的高度来加以研究，因此视域十分开阔。他们提出了许多传播学必须面对的课题，从而为传播学的发展打开了大门。由于深信传媒革命对社会具有的强大推动作用，他们也成为传播学技术主义的先驱人物，关于这一点，下文还将进行较为详细的阐述。但是，非常可惜的是，传播学并没有按照杜威等人的规划继续向前发展。许多被他们打开的大门和窗户，很快就被关闭了。对此，有学者指出，可能是因为三位学者的研究没有为未来的传播学选择特定的方向，因此常常为传播史学家所忽略。然而这种忽略注定是错误的，因为，为了解决当代传播学面临的难题，我们又不得不回到杜威，回到库利，回到帕克。

2. 李普曼的传播研究

W·李普曼对传播学的作用也处于一个被重新发现的过程。有人把李普曼的《公众舆论》一书作为传播学的世纪经典和奠基之作，此举并不为过。尽管李普曼没有受过行为科学的理论和方法的系统训练，但应当说，李普曼对舆论的研究是最早的传播学受众研究成果之一。有评价认为：“W·李普曼对传播学产生了最重要的、非学院式的理智的影响。”

在《公众舆论》一书中，李普曼描述了公众头脑中关于世界的图景（也就是所谓的虚拟环境）与真实的现实世界这两个不同的概念。他认为，“一个人对于并未亲身经历的事件所能产生的唯一情感，就是被他内心对那个事件的想像所激发起来的情感”。“每个人的行为依据都不是直接而确凿的知识。而是他自己制作的或者别人给他的图像。”这种想像和图像与真实的世界是不同的。两者之间的差异主

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，244页，上海，上海译文出版社，2002。

[美] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文、江红译，11页，20页，上海，上海人民出版社，2002。

要表现在：真实的世界是极其复杂的，而世界的图景则通过“刻板印象”的方式对其加以简化和歪曲。

李普曼认为，“我们头脑中的图景”是理解公众舆论的逻辑起点，这表明人是非理性的，他可能根据传媒提供的符号产生想像，从而形成对外部世界的看法。根据这种判断，李普曼指出，舆论是关于自身、关于别人、关于他们的需求、意图和人际关系的图像。

宣传正是利用了舆论的这种特性，宣传的任务就是帮助公众形成歪曲的世界图景，以达到宣传者的目的。李普曼认为没有某种审查制度，就不可能存在宣传。“为了进行宣传，就必须在公众和事件之间设置某些屏障”，“在一个人创造出他认为明智而可取的虚拟环境之前，必须限制他接近真实环境。”为了宣传，传播者通常会采用审查和保密的方法不让公众了解事实的整个真相；另外，有许多事情不用审查和保密，本来就会因为各种原因无法传到公众那里。这样，政府就可以通过各种手段层层把关，使用宣传技术来影响舆论。

对于这种情况，李普曼忧心忡忡。为了保障民主制度不受到侵害，李普曼设想让一些专家和学者用他们的正确知识来引导舆论，以便拯救存在着危机的民主制度。

李普曼的研究对现代传播学的影响正在逐渐显现。最明显的就是，循着他的思路，议程设置理论成为当代一种重要的效果理论，并因此间接阐发了“零和博弈”等多种前沿的传播学理论。“把关人”理论也得益于从李普曼那里获得的营养，并成为传播者研究的主要理论。另外，当代传播学对于传播中的刻板印象以及传播的隐性功能的研究也多从李普曼那里获得了养料。

3. 经验主义传播学的四大奠基人

今天任何一个步入传播学殿堂的学生，都会被告知，传播学始于四位杰出的行为科学研究者——拉斯韦尔、勒温、拉扎斯菲尔德和霍夫兰，他们对于经验主义传播学的奠基意义是不容抹煞的，他们创造

[美] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文、江红译，11页，35页，上海，上海人民出版社，2002。

了一种传播学的学派。

经验主义传播研究的四大奠基人尽管在研究的趣味上各不相同，但他们身上却有两个方面的共通之处：

一方面，四大奠基人均来自于其他社会科学的主干学科，均因为所研究的课题与传播领域相关而进入了传播研究的阵地。

拉斯韦尔是 20 世纪美国最重要的行为主义政治学家之一，美国学术团体理事会对他的评价是：“社会科学的大师，每一门社会科学学科的先锋；全身心地致力于打破社会研究之间的人为障碍，并且致力于使社会研究彼此理解；政治学、心理学和社会学之间学科空隙的填补人。” 一战期间，协约国集团与同盟国集团的宣传攻势在战争中所起到的作用引起了人们的广泛重视。当时师从芝加哥大学政治系主任 C·E·梅里亚姆教授的拉斯韦尔对政治宣传表现出了浓厚的兴趣，他通过多年的研究，出版了宣传学研究的名著，也就是他的博士论文《世界大战中的宣传技巧》（1927）。在二战期间，希特勒的广播宣传攻势震惊了整个世界，也使拉斯韦尔的宣传研究受到了更多的关注。拉斯韦尔的宣传研究是这样成功，以至当代传播学依然把他为宣传下的定义视作最经典的定义之一。

正是由于在宣传研究中的收获，使拉斯韦尔能从结构与功能的角度去考察传播行为的过程。1948 年，拉斯韦尔在《传播在社会中的结构与功能》一文中开篇就写道：“说明传播行为有一个简便的方法，就是回答下列问题：谁？说什么？通过什么渠道？向谁？有什么效果？” 该文一经发表，就奠定了传播学研究的五大领域，即传播者研究、内容研究、媒介研究、受众研究和效果研究，在传播学上被称为“五 W”模式。在同一篇文章中，拉斯韦尔还提出了传播的三大功能，“1. 监视环境，揭示那些会对社会及其组成部分的地位带来影

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，211 页，上海，上海译文出版社，2002。

[美] 哈罗德·拉斯韦尔：《社会传播的结构与功能》，谢金文译，见张国良主编《20 世纪传播学经典文本》，199 页，上海，复旦大学出版社，2002。

响的威胁和机遇；2．使社会的组成部分在对环境作出反应时相互关联；3．传递社会遗产。”拉斯韦尔的这些结论无不受到政治学学科视角的影响。

拉扎斯菲尔德则是美国20世纪最重要的实证主义社会学家之一。他对传播学的贡献主要体现在受众研究方面。拉扎斯菲尔德之所以会涉足传播学，与他所承接的科研项目有着密切的关系。在哥伦比亚大学应用社会学研究所中，拉扎斯菲尔德承接了诸如“广播研究项目”等一系列与传播有关的社会学研究项目。有学者认为“拉扎斯菲尔德的广播研究项目实际上创造了大众传播研究的领域。”

拉扎斯菲尔德对传播学最重要的理论贡献是“二级传播理论”。在一项关于1940年11月美国总统选举的专题小组研究中，为了考察传媒在竞选中的作用，拉扎斯菲尔德及其同事在美国的伊里县进行了一次大规模的受众调查，史称“伊里调查”。通过调查，拉扎斯菲尔德等人发现，大众传媒的作用并不像人们想像得那么大；事实上，人际传播在竞选宣传中发挥了积极的作用，那些在小群体中具有相当威望的人的观点左右着人们的观点，拉扎斯菲尔德把这些人称为“舆论领袖”。信息由大众传媒传递给“舆论领袖”，又由“舆论领袖”通过加工传递给一般受众，这一传播过程，被拉扎斯菲尔德称之为“二级传播”。这是传播学史上真正具有里程碑意义的发现，也是社会学视角对传播学做出的巨大贡献。除此以外，拉扎斯菲尔德与默顿所提出的关于传播的三功能说，对传播学功能研究的不断完善做出了重大的贡献。

对拉扎斯菲尔德贡献的称颂与批评几乎一样多，然而批评者也不得不承认拉氏研究在传播学中的地位。拉扎斯菲尔德的一个重要的批评者社会学家吉特林曾经评论道：“自二次世界大战以来，这个（媒体社会学）领域占支配地位的范式是与拉扎斯菲尔德及其学派相连的

[美] 哈罗德·拉斯韦尔：《社会传播的结构与功能》，谢金文译，见张国良主编《20世纪传播学经典文本》，200页，上海，复旦大学出版社，2003。

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，293页，上海，上海译文出版社，2002。

一连串思想方法和成果。” 从这一个侧面也可以看出拉扎斯菲尔德对传播学的重要影响。

勒温曾经是一个物理学家，后来成为了一个出色的心理学家。“许多学者把库尔特·勒温看作现代社会心理学的奠基人。勒温为社会心理学划定了一个比前人更加广泛而又清晰的研究范围。” 勒温一直试图将“场论”引入社会心理学研究，他的这种努力使他成为群体动力学的始作俑者。这种高度自然科学化的理论视野使勒温在传播学领域确立了自己的位置。勒温的群体动力学对于传播学的社会网络研究和渠道研究有着积极的意义，对于传播模式的建构也有着重要的意义。“正是场论的认识论重点和人类传播过程之间的这一紧密的对应关系，导致了勒温达到了一个传播学前辈的高度。”

作为一位著名的社会心理学家，勒温关于传播的研究成果主要体现在传播控制者的领域。勒温对传播学最重要的贡献就是“把关人”理论。其实，这个理论并不是在勒温研究传播问题时提出的，而是他在研究食品选择渠道问题时提及的。由于二战期间食品供应紧张，美国政府鼓励公众食用以前他们很少食用的动物内脏，并进行了广泛的宣传。在依阿华州实地研究居民对这些内脏接受的过程时，勒温发现家庭主妇的态度直接决定了宣传的效果。如果家庭主妇不愿意烹饪动物内脏，那么她的家庭就不打算食用它们。由此他提出了著名的“把关人”假说，指出，在信息渠道中存在着一些允许或不允许信息通过的人和机构，这些人和机构选择和过滤着他所接触到的信息，这些人就是信息的“把关人”。勒温相信，“这种情况不仅存在于食品选择的

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，303页，上海，上海译文出版社，2002。

[美] 杜加克斯、赖茨曼：《八十年代社会心理学》，矫佩民、高佳、吴克译，5页，北京，生活·读书·新知三联书店，1988。

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，338页，上海，上海译文出版社，2002。

渠道中，且适于解释新闻如何通过特定传播渠道而在群体中传播。”勒温的直觉是对的，很快“把关人”理论就成为传播学讨论的热门话题。

作为一位杰出的实验心理学家，霍夫兰在传播的效果研究领域取得了令人瞩目的成绩。他有幸受到军方的支持，在军队中开展了著名的“陆军实验”，第一次用心理实验的方式证明在某些方面尤其是态度改变的方面，传播的效果是极其有限的，从而加入了反击“魔弹论”的实证主义研究者阵营。二战后，霍夫兰通过一系列的实验证明，传媒的效果是较为有限的，不同的传播方式和传播策略对于不同的人群可能会产生不同的效果。他的理论被后来的传播学家归纳为“有限效果论”。在离开传播学的研究领域之前，霍夫兰一直埋头研究在什么样的情况下可以提高传播的效果，为传播学留下了大量宝贵的实证文献。

另一方面，四大奠基人都受到过实证研究方法的训练，在经验研究方法方面，都有过自己的突出贡献。

拉斯韦尔在研究宣传学时，采用的主要方法是文献研究法。拉斯韦尔对于文献研究的贡献在于，他从定性和定量两个方面丰富了这种研究方法。研究一战各国的宣传时，拉斯韦尔采用了定性的内容分析方法；研究二战希特勒政府的宣传时，拉斯韦尔又采用了定量的内容分析方法，从而深化了他的宣传研究。事实证明，拉斯韦尔在传播研究中所采用的文献研究法对内容分析与控制研究都有重要作用，被后来的传播学者所广泛运用。

作为一位实证主义方法论的大师，拉扎斯菲尔德在传播学的方法论上做出了杰出的贡献。有人评价拉扎斯菲尔德是“一个制造工具的人，只有在第二位的意义上他才是一个传播学学者”，这个说法是

[美] 休梅克：《把关》，胡洁译，见张国良主编：《20世纪传播学经典文本》，552页，上海，复旦大学出版社，2003。

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，299页，上海，上海译文出版社，2002。

很有道理的。拉扎斯菲尔德的研究设计几乎对定量、定性的实证研究方法都有推动作用。在拉扎斯菲尔德手中，由盖洛普开创的民意测验方法得到完善，拉扎斯菲尔德使这种方法的抽样变得更加科学，这一点在“伊里调查”中表现得十分明显。在拉扎斯菲尔德和他的同事那里，三角测量法、特例分析法、焦点小组座谈法等方法不断被运用于行为科学的研究。尤其难能可贵的是，拉扎斯菲尔德当时已经意识到定量研究与定性研究相结合的重要性。他开创了这样一种研究传统，那就是将定性和定量研究的各种具体方法结合起来。

勒温有着高度发达的理论思维，但这并不妨碍他在经验主义方法论方面做出自己的贡献。由于勒温的兴趣在于研究群体心理学，因此他改变了冯特所开创的实验心理学的个体主义传统，而将实验室实验发展成一种可以在现场观察的现场实验。勒温的参与性研究和现场实验改变了实验室研究不够自然等诸多局限性，在传播学乃至整个人文社会科学领域得到越来越广泛的应用。

霍夫兰所开创的传播学的实验研究方法对于传播效果的测量起到了积极的作用。尽管实验法从19世纪70年代就开始被心理学所运用，但霍夫兰的“军方实验”依然是一个教科书式的经典范例。这一方面是因为军方的大力配合在客观上为实验提供了良好的外部环境——只有军方才能命令4000个样本个体作为受试，也只有军方才能支付这样昂贵的实验费用；另一方面则应归功于霍夫兰的实验设计，这些设计即使在细节上——比如如何避免前测与后测所用的同一内容的问卷不引起受试的厌烦等——都是无懈可击的。在强调实验中采用定量统计的同时，霍夫兰也强调深度访谈等的定性研究的重要性，这使他的研究具有相当的洞察力。

正是因为上述两方面的相通之处，拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、勒温和霍夫兰开创了一种传播学的研究学派——传统学派。经过施拉姆等后续学者的努力，在传播学近70年的学科发展道路上，这种研究学派逐渐成为了传播学研究的主流范式，关于这一点我将在第二节作更深入的讨论。

第二节 经典传播学的二元对立： 传统学派与批判学派

正如上文所述，在传播学发轫的历史时期，尽管传播学有许多可能的发展方向，但最后真正影响传播学走向的还是坚持行为科学理念的经验主义传播学的四大奠基人。这种影响主要体现在两个方面：一方面，四大奠基人的思想直接形成了传播学的第一个学派——传统学派的诞生；另一方面，他们的思想与欧洲受到哲学思辨训练的人文社会科学学者在激烈的交锋后，催生了传播学的另一个重要学派——批判学派。

一、传统学派的兴盛

在四大奠基人及其追随者的努力下，从20世纪50年代开始，传播学研究在行为科学方法的指引下“遍地开花”，传播学的重要学派——传统学派不断发展壮大起来。

传统学派的传播研究是一种实证研究。它所遵循的思想基础是20世纪的主流哲学——逻辑实证主义。总的说来，经验主义对其研究对象的态度类似于自然科学的研究思路，甚至可以这么说，经验主义是自然科学对人文社会科学产生重要影响的最明显的表征。

经验主义认为，传播学的研究对象类似于自然科学研究的对象，个人的行为受到某种特定规律的支配。媒体会对个人产生影响，而且产生影响的方式具有一定的规律。因此，经验主义传播研究的着力点是传播过程及传播内容对人的影响，研究的目标是发现传播影响人的规律，以便于提高传播的效率。正是因为如此，拉斯韦尔为传播学研究确立了五大研究领域：传播者研究、渠道研究、受众研究、内容分析和效果研究，其中尤以传播效果研究为中心。有人认为经验学派所做的传播研究其实“是有关媒体内容的特殊的、可测度的、短期的、个人的、态度和行为的效应的研究，以及媒体在舆论的形成中并不是

非常重要的结论。”

在经验主义的视野中，在相似的情境下，人与人的行为是相似的，对外部世界的感觉也是大体相似的，通过研究少数个体，就可以推知整个社会或人类。因此，完全可以用自然科学的方法来进行传播学的研究。经验主义奉行的是实证主义方法论，这是一种从哲学角度来看带有归纳主义和因果决定论的方法论，它主要诉诸量化，诉诸于统计和实验，主张把自然科学的研究方法用于传播研究。正如梅尔文·德弗勒等人所指出的那样，“（传播学）13项研究里程碑均依循北美功能理论之传统，属于纯粹实证和量化的科学研究”。

经验主义坚信，经验事实是客观存在的。人通过感官对经验事实的纯客观描述是可能的，主观和客观是可以分离的。从这种观点中我们可以看到早期理性主义哲学的影子。经验主义要求传播学研究像自然科学研究那样做到严格的价值中立，将经验知识与对经验知识的主观解释区分开来。研究者不应当在研究中涉及价值判断，不应当与研究对象产生价值关联，更不应当将自己的主观判断随意地强加于研究之上。

在我看来，经验主义传播学的发展脉络可以分为三个阶段：萌芽期、繁荣期和修正期。

萌芽期可以追溯到拉斯韦尔的宣传研究。这一时期经验主义主要受到结构功能主义的影响，社会互动理论在这一时期对经验主义也有一定的影响。结构功能主义的经验研究为后世传播学的发展奠定了基石。客观地说，结构功能主义一直是主流传播学中的主流。这一时期的经验研究的主要功绩在于通过厘清传播的结构与功能，为现代传播学奠定了研究的框架——即使是批判主义的研究现在也越来越认同这一框架的合理性。在这一阶段，一些重要的传播学理论已经作为问题

转引自 [美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，303页，上海，上海译文出版社，2002。

[美] Shearon A. Lowery & Melvin L. De Fleur：《传播研究里程碑》，王嵩音译，13页，台北，台湾远流事业股份有限公司，1998。

被提出，并得到了初步的研究，比如在控制研究方面的“把关人理论”和“社会责任理论”，效果研究方面的“二级传播理论”等等。

萌芽期于20世纪40年代末告一段落，传播学很快步入了它的繁荣期。由于经验主义逐渐成为20世纪中叶社会科学研究的主潮，因此经验主义在传播学领域中也很快得到广泛的认同。从20世纪50年代开始，经验主义传播学的研究趋于成熟，结构功能理论、认知行为理论和社会互动理论三个主要的经验主义学派在相应的行为科学理论的滋养下，变得蔚为大观。通过施拉姆等学者的努力，日趋成熟和系统的经验主义传播学在传播学领域主宰西方学术界将近30年。在这一时期，在经验主义的旗帜下，传播学研究取得了丰硕的成果，积累了大量的资料，提出了很多重要的理论。最有代表性的包括“议程设置”理论、“知识沟”理论、“使用—满足理论”、“教化理论”、“沉默的螺旋”以及形形色色的传播模式研究等等。与此同时，传播学的主要研究方法也逐渐成型。定性的实地研究法、人种志方法和文献研究法，定量的实验法、调查研究法和内容分析法都不断趋于完善。传播学模式研究、效果研究等重要领域趋于系统和成熟。可以说，在经验主义发展的黄金时代，经验研究在经受过窄化和压缩的传播学的各个领域都有开拓。

在经验研究占统治地位的中后期，20世纪60年代末以来，随着对经验主义批评和质疑的声音越来越大，经验研究进入了一个自我修正的时期。这种修正之后的经验主义所奉行的方法论基础是一种所谓的后实证主义。通过后实证主义的视角，经验主义传播学进一步地成熟与发展，方法也变得更加多元化。经验主义继续显示出一定的生命力。到目前为止，经验主义还处于修正期中，从其发展轨迹来看，有一种“回归人”的旨趣，“使用—满足理论”的出现就说明了这一点。

可以说直到现在，经验主义或者说与之类似的研究主张，依然是传播学的主流思想。有学者认为，传播学的发展至今可以分成两个阶段：第一个阶段就是我们上面所说的经验主流学派的阶段，第二个阶段才是传媒批判理论阶段。在我看来，这种观点缺乏证据，并不符合传播发展的现实。我无意否定批判主义的重要性，但迄今为止，批判

主义的非主流地位在任何学科中都没有发生变化。“如果认为传统的‘大众传播研究’中心的消解，已经导致普遍存在的、有关传播媒介权威知识的一般观念的终结；或者从未来研究活动的利益出发，‘大众传播研究’在其制度性的新闻与大众传播活动中已经欣然拥抱了批判方法，开展了持续性的媒介批判实践，那也是很愚蠢的。相反，在通常商业与教育合作的氛围中，从市场上与传播和媒介有关的事实产品中所衍生的广告收益，增加了‘大众传播研究’在学术界或其他领域的政治资本。”

二、批判学派的兴起

在多数传播学家看来，与经验主义学派相对立的学派就是批判学派。然而批判学派决不像经验主义那样是一个较为一致的整体（尽管在经验主义的不同流派中，在某些问题上分歧依然存在而且相当明显），而是一个多元的理论平台。当然，从宽而论，批判学派各代表人物的主张还是具有相似之处的，并且他们确实戮力打造着一种不同于经验主义的研究范式。

一般认为，批判主义始于法兰克福学派，出现的时间略晚于经验主义的传播研究。二战期间，为躲避战祸移居美国的学者远不止拉扎斯菲尔德和勒温这样奉行实证主义传统的研究者，还包括法兰克福学派这样受到德国古典思辨哲学深刻影响的学者。由于带着马克思主义、存在主义、现象学和精神分析的视角，当他们踏上美国的土地，看到繁荣的带有浓厚保守主义和行政主义色彩的传播学经验研究时，反感之情油然而生。于是，一种不同形态的传播研究开始了。

当1931年霍克海默成为法兰克福学派掌门人时，他就明确地为该学派的使命做了界定，那就是通过哲学的思辨对于现在的事物进行批判。他指出：“这种批判的主要目的在于，防止人类在现在社会组织慢慢灌输给它的成员的观点和行为中迷失方向。必须让人类看到他的行为与其结果间的联系，看到他的特殊的存在和一般社会生活间的

[美] 汉诺·哈特：《范式转变：大众传播研究话语中心的消解》，刘燕南、钱芹如译，载北京，《国际新闻界》，2002（3）。

联系，看到他的日常谋划和他所承认的伟大思想间的联系。” 根据这种观点可以看出，如果说经验主义的目的是更好地维护现有社会秩序、保障社会运行的话，那么批判主义的目的是否定现有社会秩序，通过对现有社会事实的抨击，达到建构和创新的目的。

批判学派在以下三个层面上提出了与传统学派不同的研究主张。

首先，批判主义认为传播学的研究对象与自然科学的研究对象是完全不同的两码事。传播学的研究对象是主体性的人，他有思想，有主观能动性，不是任人摆布的物体，不能作为物来加以研究。批判学派对人在现代社会的生存状况感到担忧，并试图通过批判的方式改变这种现状。他们观察到传播技术的发展在社会制度的驾驭下加深了人的异化，因此本着解放人的目的，他们对传媒与相关的制度进行了猛烈的批判。

以法兰克福学派关于文化工业的研究为例。法兰克福学派的主流观点认为大众文化不是大众所为，不是民间文化，而是政治和商业机制自上而下强加给大众的文化，是一种文化工业。阿多诺指出，“文化工业在大众传媒和日益精巧的技术效应的协同下……一方面极力掩盖严重物化的异化社会中主客体间的尖锐矛盾，一方面大批量生产千篇一律的文化产品”。阿多诺认为，文化工业让人的个性丧失，让人的异化加深，它是一个骗局，用虚假的快乐骗走了人们从事更有价值活动的潜能。从这些观点上不难看出，法兰克福学派研究的终极指向是人和人的解放，而这些内容都是经验主义传播学较少关注的。

其次，批判学派认为人是主体性的存在，人与人之间差异很大，人是特定历史和社会的产物。传播学不能通过对个体的研究获得普适性的结论。因此批判学派主张将传播研究放在特定历史阶段和社会宏观层面的背景中进行。“批评社会学家认为有必要在背景中理解人们

[德] 马克斯·霍克海默：《批判理论》，李小兵等译，250页，重庆，重庆出版社，1989。

陆扬、王毅：《大众文化与传媒》，50页，上海，上海三联书店，2000。

经历过的体验”。从法兰克福学派的研究中不难发现，该学派是把传播和媒介看作是社会的一个组成部分来加以研究的，这种研究既是共时性的又是历时性的。他们把传播放在历史和社会背景中，因此视野开阔，这对当时的传播学来说是一个全新的世界。斯图亚特·霍尔等学者所领衔的社会文化学派则把传媒看作是大众文化甚至社会文化的中心。因此，该学派在研究电视等传媒时，总是从整个社会文化的背景出发。批判学派“对具体的、经验实用层面的问题不感兴趣，他们善于从大处着眼，对传播体制尤为关注，把‘为谁传播’和‘为何传播’视为关键”，“主要致力于深层背景的考察，注重传播及传播体制的阶级性和历史性，强调传播与控制的密切关系。他们的立意与旨归，都在于对既定的传播现状和现有的传播体制进行全面、深刻而系统的批判。”

在研究方法上，批判学派也有自己独到的主张。早期的批判学派强烈反对有自然科学倾向的实证主义方法论，他们以哲学思辨作为自己的武器，大量运用马克思主义、精神分析、现象学、结构主义、女性主义的理论和方法。这些研究方法的出现有助于解决经验主义传播学面临的难题——人的复杂思想与行为。这些方法为传播学研究翻开了新的一页，为传播学的方法论增添了不少亮色。

批判主义还认为，传播学研究者做不到完全的价值中立，也无法回避传播活动本身的价值。对于前者，批判主义认为，研究者由于受到所处环境的影响，对传播的研究必然会带上主观的色彩，因此不可能站在一个超然的立场上来看待传播问题。对于后者，批判主义认为，传播学的研究对象——人是由文化意义构成的，理解传播必须从研究者的文化意义入手。所以，批判学派的各个流派不反对传播研究中的价值介入现象，并认为这是一种必然。有学者认为，批判主义的研究“始终围绕着价值介入论的观念进行着”，“将大众传媒作为价值

[美] 斯蒂文·小约翰：《传播理论》，陈德民、叶晓辉译，407页，北京，中国社会科学出版社，1999。

徐耀魁编：《西方新闻理论评析》，289～290页，北京，新华出版社，1998。

介入的世界，突破了认为传媒是人类世界外在的、中立的物理性工具的主流学派观念，展现了传媒世界的丰富的价值意义和文化内蕴，包括揭示出传媒世界是具有内在不平等及充满斗争、妥协意义的场域。”

综观批判学派的发展历程，到目前为止，批判主义的发展经历了两个阶段：初创期与兴盛期。

批判主义的初创期始于20世纪50年代以后。在这一时期占主导地位的两大学派：在美国主要是以霍克海默、阿多诺为首的第一代法兰克福学派；在欧洲主要是以阿尔都塞、葛兰西为代表的意识形态学派。这两大学派分别代表着文化主义和结构主义两大研究方向。这两种学派的代表人物都深受马克思主义的影响，提出的理论比如“单向度的人”、“文化霸权主义”等都深深地打上了西方马克思主义哲学的烙印。这一时期的传播批判理论在当时与经验主义观点形成了较为尖锐的对立，今天更是受到了来自各方的挑战：对它的批评不仅来自于实证主义，也来自于批判学派的其他阵营。原因来自于两个方面，一方面是因为这些学者确实不怎么懂传媒实务，另一方面则是因为他们过于偏激的态度和观点。来自于批判学派阵营的费斯克对法兰克福学派作出了如下评价：“他们的某些论断，割裂开来看，无论在当时还是现在都显得过激，因此很容易成为后来文化研究的靶子。”

20世纪70年代以后，批判学派开始进入了理论的兴盛期。新的批判理论和方法不断注入这一领域，使批判学派的理论充满了生机和活力。后现代主义、女性主义、后殖民理论等社会理论开始关注传媒，新的流派层出不穷。英国的政治经济学派、文化研究学派以及法兰克福学派的后继学者们，对传媒进行了更为多元化和全面的批判。他们的成就显然对经验主义的主流产生了巨大的冲击。

三、经验主义与批判主义之争

既然批判学派以否定的创造为己任，主流的经验学派理所当然地

潘知常、林玮主编：《传媒批判理论》，53页，1页，北京，新华出版社，2003。

[英] 约翰·费斯克：《理解大众文化》，王小珏、宋伟杰译，7页，北京，中央编译出版社，2001。

成为重点的批判对象。自批判学派诞生以后，他们就不断地基于自己的研究主张对经验主义进行全面批判。自 20 世纪 60 年代以来，两派的论战有不断升级的趋势。

由于欧洲的学术传统，批判学派对人主体性的认识带有浓厚的人本主义色彩。他们常把经验主义看作是一种工具论的思想，面对经验主义研究以微观效果为主的研究方式，批判学派指责经验主义对真正重要的问题视而不见。这些真正重要的问题在批判主义的视域中主要体现为传播的制度、媒介的意识形态性以及传媒对人的异化和控制。这种批判深刻揭示了经验研究所带有的那种为统治集团服务的保守主义色彩，对传播学的发展具有重要的警示和启发意义。

对于经验主义价值无涉的自然科学式的研究立场，批判学派从两方面进行了批判：

一方面，批判学派指责经验研究把人视同于无生命的物，无视人的历史性和社会性，无视人的主体性的多元化色彩，是一种“非人道”的研究。法兰克福学派的洛文塔尔就曾指出：“它（经验主义）的社会研究在表面价值上抓住了现代生活现象（包括大众传播），却拒绝把它们放入历史道德总体之中”。而卢卡奇则干脆对经验研究的哲学基础——实证哲学提出了批判。他认为，实证科学是“物化”意识的表现，“它为庞大的机器体系所震撼，拜倒在商品世界的淫威之下，两眼为日益膨胀的客体力量所遮蔽，从而根本看不到人的存在和价值，看不到人的主体与意识”。不能正确地理解人的主体性，一直是经验主义的最大缺陷，经验主义当然也在研究人，但他们研究人的方式与医生研究小白鼠的行为区别不大。一旦他们想要正视人的复杂性问题时，价值无涉的观念就会发挥作用，使之无所适从。在研究人的共性方面，经验主义做出了巨大的贡献，然而，个性化的人类发展趋势使这种研究范式总是显得不合时宜。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，43 页，上海，复旦大学出版社，2000。

李彬：《传播学引论（增补版）》，337～338 页，北京，新华出版社，2003。

另一方面，批判学派指责经验主义试图规避传播中出现的复杂的文化和价值现象。他们认为，一直以来，人们习惯于以美国主流传播学的视角来看待传媒，只是将传播媒介作为信息传递工具，对传播活动和行为的价值、文化意义视而不见。在价值中立这个问题上，批判学派总是有这样一种质疑：经验学派在研究时主观介入的色彩非常明显，但经验学派的研究者总是说自己是恪守价值中立的，这不是自欺欺人吗？

批判学派的上述批判是切中肯綮的。实证主义确实存在上述的缺点，而且还存在着更多的缺点。但值得注意的是，人们今天在批判实证主义的同时，却从不吝惜对批判主义的溢美之辞，似乎走向批判主义是拯救实证主义的良方。但实际上批判主义本身也面对着许多无法解决的问题。经验主义的范式存在问题，批判学派的范式也绝非十全十美。这里，我想指出批判学派的一个最根本的问题。如上所述，批判主义的目的由两个层面组成，一是抨击现有事实，二是建构新的社会事实。前者是批判主义所长，也正是批判主义的理论价值所在；而后者则并非批判学派所长。批判学派的许多理论，从理论上讲都符合逻辑，相比于实证主义的理论来说，更具有学理的价值。可是深究起来，不少理论缺乏现实意义。“批判学派虽然无情地撕破使传播现状显得似乎完美无缺的神圣面纱，但却很少提出什么有益于传播活动的理论学说。”比如，在《单向度的人》中，马尔库塞指出，大众传媒作为一种意识形态工具在消灭思想的丰富性和人的多样性上起到了重要的作用，造成了现代人在思想和行为上的单面性。一言以蔽之，就是现代人被媒介及其营造的大众文化所异化。媒介既然有这么多问题，那么如何解决呢？关于这一点，法兰克福学派的思想家们没有推出好的方案，其他批判学派的精英们也没有找到办法。于海对批判学派的评价一语中的，他认为批判学派的理论“只能停留在单纯否定性的阶段”，“尽管对现实的批判是‘无情的’，但一说到将来就‘黯然

李彬：《传播学引论（增补版）》，101页，北京，新华出版社，2003。

失色’了，他们并没有指出能鼓舞人们斗志的振奋人心的奋斗目标。”

批判主义兴起之时，也恰恰是经验主义大行其道之日。正如前文所述，批判主义尚在萌芽状态时，经验主义已经步入了繁荣期。对于批判主义的指责和不同的研究路径，经验主义完全采取一种不屑一顾的态度。一开始，他们根本无视批判主义的存在，甚至都没有采取反击的态势，更不用说有什么反思和自省了。“对那些专注于实务研究的学者而言，传媒批判理论对他们的触动微乎其微，用经验学派的方式考察传播是不言自明的真理……一些强烈信奉自然科学模式研究社会科学的学者进一步指出，非实证的社会科学包括传媒研究其实是不存在的。”然而，批判主义兴盛之时，恰恰就是经验主义自我反省之际。随着主流传播学的研究面临停滞不前的危机，经验主义不得不直面批判主义的指责，并发动了对批判学派的反击。

反击并不是经验主义所长，但他们还是抓住了批判学派的一些重要缺陷。

从理论上讲，经验主义认为，以思辨哲学为背景的批判学派，恰恰在论述传媒问题时并不辩证。他们较多地忽略了大众传媒的进步意义，也较少有人提及媒介文化的积极面。以法兰克福学派为例，他们认定精英文化是好的，而大众文化则并无可取之处。在某些理论背后，他们的精英主义面孔表露无余。霍克海默和阿多诺曾经论述道：“所有高度发达的通讯手段都起着加剧和强化那些‘导致人类分裂’的障碍的作用；在这一点上，收音机和电影院的威力绝不亚于飞机和大炮。”这种论述所暗含的前提假设很明显：大众是没有主观能动性的任人宰割的羔羊，媒体是宰割他们的利器。其实这些观点的出发点与“魔弹论”和技术决定论没有什么本质的区别。尽管包括文化学

于海：《西方社会思想史》，462页，上海，复旦大学出版社，1993。

潘知常、林玮主编：《传媒批判理论》，7页，北京，新华出版社，2003。

[德] 马克斯·霍克海默、特奥多·阿多诺：《启蒙辩证法》，洪佩玉、蔺月峰译，147页，重庆，重庆出版社，1990。

派在内的批判学派对民众的主动性和能动性问题上做出了反思和修正，但在不少问题上，批判学派偏激的笔调一直没有得到彻底的改变。

从方法上讲，经验主义认为，批判学派的许多概念较为模糊，理论阐述也并不精确。拉扎斯菲尔德曾经批评批判学派的研究无视定义的作用，这样的理论建构具有“危险的不准确性”。比如说什么是人的主体性，什么是意识形态，什么是大众文化，什么是文化工业，这些概念的界定有一定的随意性，缺乏经验事实的支撑，因此在批判学派的研究中，这些概念自相矛盾是常有的事。

关于批判学派的方法论，也是经验主义攻击的主要目标。他们认为，批判学派的方法论带有很强的主观性色彩。批判学派指称传播学的研究不能回避价值关联。可是批判学派的方法论却并不能使他们研究变得令人信服。批判学派无法回避的问题是：采用了价值关联和主观介入的研究方式是否就意味着观点正确；摒弃了一切客观的原则和标准，用什么来衡量观点的正确性？说实话，这些问题批判学派是无法回避而又难以解决的。

我们不得不承认，经验主义的指责也是言之成理的。

综观这些争执，批判学派与传统学派之间与其说是一种观点上的分歧，还不如说是一种研究侧重点上的分歧。可惜一开始就能认识到这一点的只有拉扎斯菲尔德等少数几位传播学者。其实，两个学派开辟着不同的领域，他们的争执并没有想像的那么有意义，他们所走的路都有自己的合理性，都有这样那样的价值——正如今天很多传播学家已经认识到的一样。两大学派本没有优劣之分，争执的双方本来就都不够完善，但又都强调自己的优点去批驳对方的缺点以抬高自己的形象，这种争执对传播学的长远发展是不利的。正是意识到这一点，20世纪70年代以后，在争执的同时，两大学派在某些问题上也出现了某种融合的趋势，这也是本书第六章将进一步论述的话题。

需要提到的是，在经验主义和批判主义论争的同时，一种由于麦

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，298页，上海，上海译文出版社，2002。

克卢汉而一度非常引人注目的学派也发展起来，那就是技术主义学派。该学派的主张在 20 世纪 80 年代前并非传播学讨论的重点，但此后发展迅速，关于这个问题本书将在第五章进行全面的讨论。

四、传播学范式的成型

当然，两大学派间的争吵虽然欠缺理性，但也并非毫无价值，起码在客观上营造了一种学派竞争的态势，这在一定程度上有利于传播学的发展。经过近半个世纪的努力，到 20 世纪中叶，传播学的先驱们为传播学打下了一个虽嫌杂乱但还算坚实的理论基础。又经过半个世纪的努力，在经验主义与批判主义的共同经营下，传播学研究的不同范式逐渐成型。

这里所说的范式（港台译为典范），源于托马斯·库恩的用语。在库恩眼中，成熟科学的发展被描述为常规科学与科学革命相交替的历史过程。为了说明这一点，库恩使用了“范式”（Paradigm）这个概念。在他看来，范式即在某科学领域中公认的模型或模式，范式是科学共同体的成员“所共有的信念、价值、技术等等构成的整体”。范式具有两个特点：“成就空前地吸引着一批坚定的拥护者，使他们脱离科学活动的其他竞争模式。同时这些成就又足以无限制地为重新组成的一批实践者留下有待解决的问题。”在后来的研究中，有学者把“范式”的概念运用于社会科学中，认为在社会科学中范式无所谓对错，只是观察研究社会的不同方式和思路，不同范式代表对社会和现实本质的不同看法。从这个意义上讲，传播学的范式就是研究传播的不同方式和思路，这些研究方式和思路对传播学的母题、视野与方法有着不同的看法，它们都有一批坚定的拥护者，同时也存在着种种有待解决的问题。就像经验主义与批判主义，它们就是传播学的两种不同的范式。它们研究的思路和侧重点都不同，因此对传播有着完全不同的看法，但这些看法无所谓对错。

最近一段时间，关于传播学范式的探讨成为学界的一个焦点。西

[美] 托马斯·库恩：《科学革命的结构》，金吾伦、胡新和译，157 页，9 页，北京，北京大学出版社，2003。

方学者的研究表明，就传播学研究而言，的确存在着不同的研究范式；而且研究者对各自所遵循的范式也有很高的认同度。对于传播学已经成型的研究范式，有的学者说是两个，有的学者说是三个，众说纷纭，莫衷一是。

斯蒂文·小约翰在《传播理论》一书中，从本体论、认识论和价值论的角度对传播研究范式分别加以区分。他按本体论上的不同取向把传播学研究区分为两大类：行动派和非行动派。认为“人本质上是行动的”研究，强调“个人创造意义，拥有目的，做出真正的决定”，反对寻找有关社会现象的普适规律，认为人在不同的情况下做出不同的行为是因为规则随着情境而发生变化；而认为“人本质上是非行动的”研究，则认为人们的行为“基本上是由生物因素和环境决定的并对之做出反应”，具有规律性，因此主张社会研究应找寻现象背后所隐藏的某种普适性规律。他根据认识论取向的不同，把学术研究分成科学取向和人文取向两大类。前者认为知识是客观存在的，是可以“获取”的；后者则认为，所谓知识是人创立的，产生于认识主体和客体的互动过程之中。他还认为，根据价值论上的取向差异，学术研究可以分为价值中立派和研究者应有一定价值取向这两大类。前者强调研究的客观性原则，而后者则认为，任何研究不可能、也不应该价值中立。这也就是说，斯蒂文把既有传播学理论分成两大范式：一种范式更倾向于人的行为是被决定的，另一种则更倾向于人的行为是自由的。

在芬克和卡茨 1996 年的一项研究中，两位学者提出了三种传播学的研究范式：社会科学范式、诠释研究范式和批判研究范式，并按照以下 10 个维度比较了三者的不同：

1. 本体论（对世界和社会的基本看法）：世界是客观存在、有序

参见金兼斌：《传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示》，载北京，《新闻与传播研究》，1999（2）。

[美] 斯蒂文·小约翰：《传播理论》，陈德民、叶晓辉译，53～59 页，北京，中国社会科学出版社，1999。

和可解析的；社会是一个动态现实；现实依赖于当下的背景，社会现实是权力意志和价值争斗的体现。

2. 认识论：人的认识（知识）具有客观性和普适性；知识是人认识世界过程中创立的，具有主观性、多样性；知识来自对社会内在价值和意识形态的判断和批判。

3. 研究问题的性质：寻求和测量变量的中心趋势；寻求现象在具体场景下的意义并加以解释；对价值进行分析、判断和批判的研究目的。

4. 建立理论：预测和控制；理解；社会变革。

5. 检验假设：有正式的假设；并无正式的假设；并无正式假设。

6. 取样随机抽样原则：全体研究；个案研究或非随机样本；非随机样本。

7. 数据搜集：统计分析（通过问卷调查等）；观察、深度访谈和文献研究；意识形态和价值批判。

8. 研究合理性（有效性）：通过研究工具的科学运用，以研究结果的合理性为基础；通过研究者之间或第三者对研究合理性进行判断；无须交代。

9. 数据分析：定量分析为基础；定性分析和整体解释；可归于定性分析，是一种评判过程。

10. 归纳推广：研究结果推广至全体；结论不作推广；有时应可推广至其他场合。

这些研究都表明，在学派二元对立的时期，对传播学母题、视野和方法的不同认识，使传播学出现了较为清晰的几个范式。但是，本书并不同意上述的划分方式。按照上述标准划分的范式，不是过于粗糙，就是细节失当。尤其是芬克等人的研究，其划分的错误主要表现在以下两个方面：

一方面，诠释的范式是经验主义研究的一种继续，可以被看作是

参见金兼斌：《传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示》，载北京，《新闻与传播研究》，1999（2）。

以定性研究为主的后实证主义或者后经验主义，它们的世界观虽有一定差异，但无本质差异。另一方面，以技术为研究核心的研究范式未被考虑在列。正如在导言中所说的那样，技术主义者的观点是任何范式都不能包含的。

因此，本书认为，传播学的发展史上，已经成型的范式有三个：经验主义（包括后经验主义）、技术主义和批判主义。经验主义范式是其中公认的主导性范式。

第三节 对当代传播学学科发展的反思

传播研究在 20 世纪六七十年代取得了长足的发展，传播学的两大学派交相辉映，三大范式各显神通，取得了许多重要的研究成果。然而，严格地说，传播学离应有的目标似乎还有相当大的距离。对于传播学的学术成就，不同的人有不同的看法。“传播作为一种职业或技术无须争论，可在大学校园中，质疑其学术正当性的声浪从未间断过。”甚至，对传播学是否存在都有很多争议。“尽管传播研究在发达国家很受青睐，开展得热火朝天，但自成体系，独立完备的传播学还很难说已经建立，至今英文中尚无‘传播学’一词就是有力的证明。1978 年英国学者戈尔丁和默多克干脆断然宣布没有必要建立专门的传播学。”我认为，传播学作为一门学科的价值是毋庸置疑的，但传播学研究本身依然存在着不容忽视的甚至有可能使学科发展陷入危机的缺陷，这主要表现在以下几个方面：

一、缺乏系统性

按照威尔伯·施拉姆的观点，传播学从未形成过什么理论核心，也无法根据某一理论核心形成系统的理论。他指出，直到 20 世纪 80

陶鹤山：《传播学的危机与重构》，见中国社会科学院新闻与传播研究所、江苏省广播电视总台、南京大学新闻传播学系合编：《全国第七次传播学研讨会论文集》，120 页，2002。

李彬：《传播学引论（增补版）》，61～62 页，北京，新华出版社，2003。

年代，“传播学仍旧没有发展出一个系统的中心理论，让传播研究者可以围绕这个中心来思考，来组织，来建立一门成熟完备的学问。”也就是说，在施拉姆看来，传播学还没有成为一门成熟的学科。

施拉姆的观点并不是耸人听闻，传播学的学科框架确实存在着这种缺陷。从经验主义范式的研究来看，该范式的主要框架，至今仍然是拉斯韦尔提出的“五W”模式。“五W”传播模式确实帮助经验主义范式取得了许多理论成果；而且在“五W”的每一个研究领域，都有一定的体系性。但从整体上看，“五W”各领域的研究相对独立，缺乏研究的中心，这就导致以“五W”模式为框架的传播学研究没有可围绕的研究核心。

而且，经验主义研究本身，从方法的角度来看就是不成体系的。对此，葛兰西曾经指出，经验主义仅仅满足于对现象的描述，对支离破碎的孤立事实进行归纳，所以只见树木不见森林，只能看到眼前各种事实的累积而不可能真正从总体上把握现实。与之有相同看法的是马尔库塞，他说经验科学对事实的描述是局部的，不完整的，许多决定性的事实为它所排斥。

正因为如此，当经验主义传播学的奠基者们从其他学科兴冲冲地进入传播研究领域时，他们发现自己的理论很难成为一个完整的体系，所以在他们的传播研究兴趣逐渐淡化以后，他们又纷纷放弃了传播研究，返回原来的学科领域去了。出于几乎相同的原因，此后许多涉足传播学的学者们，绝大多数也是“在满足了学术上的好奇心之后，便不再涉足其间”。以致施拉姆曾经感叹地说：“传播研究这一领域与其说是一门有名有实的学科，还不如说是各路学者来去匆匆的一个集会场所。”所以看似热闹的经验主义传播学未能在真正意义上成为一门显学。

[美] 宣伟伯、余也鲁：《传媒·教育·现代化——教育传播的理论与实践》，15页，北京，高等教育出版社，1988。

参见李彬：《传播学引论（增补版）》，338页，北京，新华出版社，2003。

董天策：《传播学导论》，8页，成都，四川大学出版社，1995。

批判主义范式的理论研究原先给人以惊喜，在它的指引下，传播学正更多地关注传播对人类文明的建构，更注重一些真正重大的宏观传播问题。然而，批判主义的研究范式根本就没有学科边界，它将传播学理论过度地泛化了。尽管受到后期批判学派各流派的攻击，但事实上法兰克福学派对于传媒的态度在很大程度上代表着批判主义范式一贯的态度：他们非常重视传媒在现代资本主义国家中所扮演的角色，但他们又从本质上看不起传媒及传媒所代表的大众文化。传媒通常只是在批判学派学者进行社会和文化研究时一个“食之无肉，弃之可惜”的组成部分。甚至可以说，在很长一段时间里，没有哪一位著名的批判学者把传播研究作为自己学术研究最重要的方向，也没有哪一位批判学者将传播研究作为自己的专门研究领域并为之设计一个科学和系统的框架。尽管目前这种情况正在发生变化，但批判学者们笔下的传播，总是某一庞大的研究体系——比如大众文化或者资本主义意识形态——的一个组成部分。批判主义范式的研究者总是认为经验研究不成体系，支离破碎，但从某种意义上讲，该范式也没有什么关于传播的中心理论假设，其传播研究是围绕社会其他核心部分的研究运转的。需要强调的是，批判学派的各种流派都受到其母体——各种批判主义哲学框架的影响，它们之间体系各异是理所当然的。因此，批判主义范式比经验主义范式更不成体系。

经验主义范式也好，批判主义范式也好，甚至包括技术主义范式，它们本身体系性不强并不要紧，只要它们之间能够互补，从而形成一种互补的研究框架，那么传播学的理论体系的构建也就指日可待。然而，这三种截然不同的范式对立多于融合。近半个世纪来，三种理论主张互相排斥，互不兼容，使原本就欠缺体系的传播学显得更加支离破碎。有学者把方兴未艾的批判主义范式看作是传播学未来发展的新希望，可本书并不这么看。批判主义与经验主义一样，也面临着深刻的危机。批判主义对实证主义完全排斥的态度及其理论的无体系性，注定了它将被新的研究范式所超越和取代。

从某种意义上讲，科学是人类关于某一研究领域的系统知识，研究不成体系就意味着传播学还没有真正成为一门独立的研究人类传播

现象的社会科学，意味着本学科的建设依赖于其他相关学科的理论和方法的发展。对此，有学者提出：“传播学未来发展首先要解决的问题就是如何使传播学成为真正的独立学科。”

要让传播学真正独立，形成理论体系，传播理论“就应该越来越重视整体传播现象，发展核心传播理论”。同时，传播学也应当将历史上已经成型的三大研究范式整合起来，形成构建传播学理论体系的合力。对于传播学，这项工作将是一场真正的学科革命，它不可能建立在老范式改良的基础上，只可能发生在范式革命的基础上。

二、缺乏理论创新与应变性

有一种极端的看法认为，传播学经过了半个多世纪的发展，其理论精华依然来自于奠基者的思想火花。我认为，这一观点中包含着真理的成分。20世纪四五十年代是传播学的成型期，同时也是传播学思想最活跃的时期。进入20世纪六七十年代以后，随着本章第二节所提到的后实证主义思想的萌芽，新的理论和方法不断出现，但这些理论只能算是以往思想上的延伸和深化，并没有革命性的创新。一些名噪一时的理论，比如议程设置、培养理论、使用满足理论等等，无不是传播学的先驱们曾经提出的构想。像麦库姆斯这样的学者，在理论完善方面取得的学术成就，远胜于他在理论创新方面取得的突破。到了20世纪80年代以后，传播领域的思想创新依然少有重要建树。传播学的研究不断在原有框架中打转，感觉就像是在如来佛掌中的孙悟空。

从经验主义范式的角度来看，尽管实证主义的大规模社会调查依然在进行，但几乎所有的实证研究的结果都在重复或填补以往的传播学理论。实证主义重方法轻理论的缺点表现得越来越明显，传播学研究变成了传播学调查或者传播方法学。对于这一点，凯利有犀利的论断，他指出：“以社会科学方法为基础的研究多年来已经‘停滞不

胡正荣：《传播学总论》，19页，北京，北京广播学院出版社，1997。
同上书，19页。

前’，研究传播行为方面的重要突破也太少。”

切特罗姆在评述电视普及后的传播学研究时，认为这种研究没有什么创新之处，只是以往理论在电视上的重新验证：“电视的急速普及带来许多新资料，促成更深化的研究活动。可是新研究主要是测量电视对人类行为的影响，改头换面重述了许多传统题目，像犯罪和暴力内容的效果，电视对儿童的影响，观众的被动性和逃避现实心态，以及影响观众满足的人口学变数。”历史的相似何其惊人，20世纪90年代以来的网络传播研究，与电视时代的传播学研究的主要区分点仅仅是：前者的对象是国际互联网，后者的对象是电视。国内外许多研究者对网络传播现象所做的实证研究，只是在新媒体的背景下炒冷饭，给人以换汤不换药的感觉。

经验主义范式追求方法的完美。在20世纪六七十年代以后，该范式在量的研究为主的研究方法中注入了质的研究方法，从而在研究上取得了突破性进展。如上所述，这是经验主义的一次重要的改革。但自此以后，传播学的研究方法似乎总是局限在实验、调查、文献和实地等四大类方法的框架中。没有新的方法，经验主义范式的创新显然缺乏动力。

而批判主义范式的境地也相当微妙。在20世纪六七十年代，该范式的理论创新主要依赖哲学和社会学思想的高歌猛进，而20世纪80年代后，可借用的理论似乎已经悉数登场，批判主义范式给人们带来的理论创新的惊喜也就大不如前。

其实，无论是经验主义也好，还是批判主义也好，它们的理论无法突破原有的框架，无法取得理论创新，从根本上讲就是因为传播学尚未形成自己独特的研究核心和中心理论。人文社会科学通常通过对各种理论的整合，在学科内形成一种“场效应”，在各种理论互相联

[美] 迈克尔·辛格尔特里：《大众传播研究：现代方法与应用》，刘燕南译，30页，北京，华夏出版社，2000。

[美] Daniel J. Czitrom：《美国大众传播思潮：从摩斯到麦克卢汉》，陈世敏译，199页，台北，台湾远流事业股份有限公司，1994。

系互相启发的过程中，完成理论创新。这种整合的前提是，该学科有一个具有辐射力和生命力的研究核心以及相应的中心理论。由于缺乏研究核心和中心理论，关注传播的各种理论就像是一盘散沙，难以得到整合，相互之间也没有形成一个“理论场”，理论之间的互动缺乏明确的目的，偶然性很大，理论的创新也就非常困难。

缺乏理论创新的一个必然结果就是传播研究与时代脱节。

社会的发展变化是不以人意志为转移的客观存在。时代的变化乃至跃迁对于科学理论来说常常既是一种发展的契机，又是一种巨大的挑战。跟不上社会变动脚步的理论、研究范式甚至是学科，必然会被无情地淘汰或边缘化。

尽管没有弥漫的硝烟，但是在传播研究的领域，20世纪以来所发生的变迁是极其剧烈的，革命在悄无声息地发生着。信息技术与传播载体的革新，传播专业工作者角色的转换，公众信息需求与信息素养的飞跃，都在相当程度上改变了人的传播行为。作为研究人传播行为的科学——传播学，应当不断地进行理论革新，以适应时代的变化。然而传播学似乎确实缺乏这种应变能力。

不能否认，面对一个正在改变的时代，经验主义者也在努力调整，试图让传播学获得新生。“传播学如何适应社会形态的转变，传播形态的进化，调整自己，进一步发展，已成为全球传播学学者共同关心的话题。”但是，这种努力的效果并不是很好，因为传播学的主流研究范式——经验主义在这个方面存在着先天的研究缺陷。

根据经验主义的理论假设，该范式不承认个人和社会规律的变迁，认为人和社会存在着与自然物一样不变的普适性规律。经验主义的学者们忙着验证以往理论在新媒体上的适用性，却不从时代变迁的根本动因上去分析问题，创建新的传播学研究体系。因此，经验主义在理论创新方面举步维艰。

批判主义范式承认世界是运动和发展变化着的，并以人的全面解放为传播研究的出发点，这些看法都对传播学研究有积极的推动作用

转引自胡正荣：《传播学总论》，19页，北京，北京广播学院出版社，1997。

用。然而，前文已经指出，批判学派从严格的意义上讲，是众多的联系并不紧密的哲学和社会学理论的集合体，这些理论彼此间缺乏整合。至少从目前的情况来看，传播学的理论创新不可能寄希望于批判主义——把传播学的理论创新的前途放在批判主义身上，就意味着把传播学的未来放在哲学和社会学理论的创新上——这对于传播学而言，是一种悲哀。

正如我们在下文所要阐述的那样，技术主义是最关注时代变迁的，但它把技术而不是人看作是历史发展最重要的推动力。德弗勒曾经指出时代变迁可能给传播带来的一系列问题：“我们生活在一个不断变化的时代，我们不能假设人们对媒介的反应或所受到的影响是恒常的。效果的无常源于科技的日新月异，意即媒介因为新传播科技的出现而急速变迁。也源于变迁的社会和文化改变了人们——例如新的社会运动、新文化的变迁、新价值的散布、人口学改变的趋势以及工业化和都市化的持续影响。前三个命题都暗示了媒介的效果和影响力也会随时改变，因为未来将有和现代人不同的人对新传播科技中的内容产生新的反应。”从这番描述中可以看出，传播学的理论创新应当建立在对变化了的“人”的科学探究的基础上，而不是建立在变化了的媒介上，要解决问题还是要更多地关注人。在这个意义上，技术主义范式到目前为止对新媒体的研究可以说基本上是本末倒置的。

因此我认为，要让传播学充满创新的活力，必然要借助范式革命的力量，发展传播学的研究核心和中心理论，而不是寄希望于已经成型的传播学范式。

三、缺乏危机感

面对本研究领域当前存在的那么多问题以及学科面临的危机，许多传播学者并没有认真反思。在物理学家、生物学家、哲学家、人文科学家、以社会学为代表的行为科学家在20世纪不断对本学科进行自我反省的同时，传播学界却显得相对平静。特别是近30年来，无

[美] Shearon A. Lowery & Melvin L. De Fleur: 《传播研究里程碑》，王嵩音译，492页，481页，台北，台湾远流事业股份有限公司，1998。

论中外，传播学者们似乎很少反思自身的学科发展与学科地位的状况。如何建立起一门符合时代要求的传播学，传播学距离这个要求还有多大的差距，传播学的前途如何，这些问题似乎少有学者乐意参与讨论。

在传播学的历史上，并非没有学者反思过传播学学科面临的危机。事实上，早在20世纪50年代，在传播学走向繁荣之时，传播学就出现了第一次学科危机。作为有限效果论阵营的猛将，美国传播学者贝雷尔森在“二级传播理论”提出后不久就指出，既然传播没有太大的效果，因此传播学研究马上就要走到尽头。贝雷尔森对传播学未来理论发展的担忧在当时的学界引起了共鸣，美国传播学界在20世纪50年代末陷入普遍苦闷焦虑之中，感到前途渺茫。

认识危机，并因此进行深入反思，对一个学科的发展并非坏事。当20世纪初物理学家们开始对学科范式危机进行全面反思后，量子力学和相对论打开了物理学的新天地；当20世纪初期哲学家们开始对理性主义哲学进行全面反思后，非理性主义思潮层出不穷；当20世纪后半期行为科学家们对实证主义研究范式进行全面反思后，一场“质的研究”的革命在这一领域全面开花。同样，当20世纪50年代的传播学者对传播研究进行了深刻的反思之后，传播学的转机降临了。60年代初，第一批受到专业教育的学者拿到了传播学博士学位。“过去职业上信念与科学结果的矛盾导致新的传播学者纷纷踏上寻找强烈的传媒影响证据之路。”这种努力很快使传播学有了三大转机。第一个转机是“传播研究冲出了效果分析这个狭窄的一隅，开始对传播现象进行全方位多角度的探讨”；第二个转机是在效果研究上“摆脱了媒介影响与态度改变的思维定势，开始探讨传播的多维效果”；第三个转机是进一步明确了受众的主体地位。反思使传播学的理论

[美] Everett M. Rogers、James W. Dearing:《议程设置的研究：现在它在何处，将走向何方》，见常昌富、李依清编选：《大众传播学：影响研究范式》，79页，北京，中国社会科学出版社，2000。

参见李彬：《传播学引论（增补版）》，97~98页，北京，新华出版社，2003。

发展柳暗花明，摆脱了第一次危机的困扰。

今天看来，传播学学科发展又一次陷入了危机中。传播学的学科危机来自于外部，来自于信息社会和网络社会的传播实践新课题；也来自内部，来自于研究范式的结构性欠缺。与日新月异的传播技术相比，传播学的研究成果很少能令人耳目一新，其研究方法也没有什么突破性的进展，而且难以用理论创新的方式回答时代对传播学提出的一系列新的课题。从表面看，传播学依然风光，传媒研究依然是社会研究的热点；然而从深层结构的角度来看，传播学正面临着一场重大的危机，当代传播学研究特别是实证主义研究范式再次陷入研究的停滞状态。当然，并不是所有传播学家都对传播学的危机视而不见，但少数有预见性的学者的反思，常常被甚为时髦的乐观主义论调所淹没。

传播学拒绝反思，将意味着传播学的研究仍将滞步不前，传播的领域将进一步充满困惑。届时，不仅仅是传播学的研究范式，甚至传播学这一学科的生存权也会受到质疑。在西方的某些国家比如日本，传播学的位置正在被诸如信息社会学这样的新学科所取代，尽管这种取代目前只是一种表面的和名称上的变化，但不能保证今后这一学科会不会发生质的变化。信息社会学的概念能不能成立，这不是本书探讨的话题。不过这确实表明在某些国家，传播学的生存权受到了怀疑。

也许传播学根本不会灭亡，因为社会发展的车轮不会停滞不前，它不会允许传播学的失语，它会拖着传播学向前走。但是，正如斯宾格勒告诉我们的那样，我们应当被命运领着走而不是拖着走。传播学想要更好地发展，不是被动地跟着时代的步伐亦步亦趋，而应当积极地反思危机，主动地进行学科改革，从而积极应对时代的挑战。

第二章 传播革命：来自现实的挑战



彼得斯在《交流的无奈》一书中，将人类有史以来的沟通方式分成两种类型：其一是对话，其二是撒播。当文字取代对话而成为人类最主要的媒介时，撒播的传播方式逐渐成为最主要的人类交流方式。20 世纪二三十年代广播和电视的兴起使撒播的边界到达了极致，从某种意义上讲，当代传播学视野中的交流基本上就是撒播。然而，一个新的传播时代来临了。对话注定要在这个时代找回自己应有的地位。

早在 20 世纪七八十年代，传播学大师施拉姆就敏锐地感到一个新的传播时代即将来临。施拉姆在《传播学概论》一书中提到，他在书中所谈到的一切，只不过是一个新时代的序曲。革命的信息时代的一个趋势将是更多地注意点对点而不是点对面的传播和个人越来越大的使用媒介能力而不是被媒介所使用。“信息的这种较之有电台以来的任何时候都多的流动，可能使点对面的流动变为点对点之间的流

动。这就要求对媒介的系统进行重新审议。”从这一句话中，我们可以看到施拉姆对信息时代的美好盼望，但同时也能看到他对于信息社会降临后传播学的发展充满着忧患意识。

施拉姆的愿望很快就实现了，在各种高新技术产业的共同努力下，信息社会的物质轮廓已经形成。而信息社会中最富有革命性意义的信息技术——互联网使点对点的传播成为一种可能。经过不到 20 年的发展，网络已经成为一个无所不包的新的社会。这种整合了对话与撒播功能的传媒改变了传播的进程。

与此同时，施拉姆的担忧也变成了现实。传播的革命如火如荼，每进一步，既为传播学带来更大的发展空间，又对现有传播学的合法性提出了挑战。实践与理论的脱节，使传播学的学科危机在 20 世纪 80 年代以后变得空前尖锐起来。

第一节 信息社会的来临

史学家们必将承认，20 世纪所发生的最为重大的历史事件可能不是两次世界大战，而是信息社会的来临。

一、信息社会及其特征

“信息社会”概念的提出恐怕要追溯到半个世纪以前。根据东西方学者的考证，这个概念起源于日本学者梅棹忠夫提出的“情报社会”一词。此后，日本学者们在这一领域做出了世界公认的成绩。日本学者林裕治郎对信息社会作了如下界定：“工业社会之后会是什么社会呢？它可以被称为信息社会。工业社会是有形产品创造新价值的社会。类似地，信息社会可以定义为无形的信息创造价值的社会。一个社会的信息化就可以定义为从有形的物质产品创造价值的社会向无

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，299 页，北京，新华出版社，1982。

形的信息创造价值的阶段的转变。”

尽管美国学者并没有率先提出信息社会的概念，但对于信息社会的形成及发展的原因，却有着独到和深刻的见解。著名传播学者贝尼格指出，在工业革命之前，由于人类社会的经济运转速度较慢，社会控制始终处于人脑信息处理能力所及的范围之内。然而工业社会的来临使物质经济快速运转。“几乎一夜之间，随着蒸汽动力的利用，物质的流通可以加速 10 倍甚至 100 倍……这导致了社会控制的广泛崩溃：严重的火车失事，货车的误放，装载的货物的遗失，不能维持足够高的存货周转率等等。”控制危机的出现，引发控制的技术发生根本性的变革，信息社会因而走上人类文明史的议事日程。“工业革命标志着人类利用能源的能力的大飞跃，控制革命则标志着人类运用信息能力的相应的大飞跃。”今天，随着人类经济运转速率的进一步加快，面对新一轮的控制危机，以网络技术为代表的新的信息革命又一次作出了回应。能源运用、加工处理速度和控制技术，这三种因素相互推动，相互促进，成为当代社会信息化的动力。

美国学者对于信息社会的定性研究也得到了世界的公认。美国未来学的三位重要代表人物：贝尔、托夫勒和奈斯比特，从各自不同的视角，对信息社会进行了界说。

在丹尼尔·贝尔那里，未来的社会被称为后工业化社会。贝尔认为，人类社会的发展可以分为前工业社会、工业社会和后工业社会三个阶段。在后工业社会，与工业社会明显不同的是，经济部门以第三、第四产业为主，职业以专业性、技术性和科学研究性职业为主，技术以信息技术为主，社会的轴心是理论知识，人成为社会的主要资源。贝尔解释了自己为什么把现代社会称为后工业化社会而不是知识社会、信息社会的原因，他说：“这种新的社会形式究竟会像个什么

转引自明安香主编：《信息高速公路与大众传播》，18 页，北京，华夏出版社，1999。

以上两处注解参见张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，157～158 页，上海，复旦大学出版社，2002。

样子，现在还不完全清楚。它也不大可能具备 18 世纪中叶到 19 世纪中叶资本主义文明所具有的那些特点，达到经济结构与特性结构的统一。所以，‘后’这个缀语，是要说明生活于间隙时期的感觉。”

在托夫勒那里，正在来临的社会被称为第三次浪潮。在托夫勒看来：第一次浪潮出现在公元前 10000 年，多数人逐渐告别了游牧业而进行种植业，农业文明从此开始；第二次浪潮发生在英国工业革命之后，多数人离开农村，涌向城市，人类走向了工业时代；第三次浪潮出现在 20 世纪后半叶，并正在发生的过程中，多数人告别传统的工业，进入了电子技术、生物工程等知识密集型高新技术产业，多样化、小型化和个人化的生产方式取代了工业革命以来占主导地位的大规模生产。

在三位学者中，奈斯比特关于信息社会的描述最为清晰。奈斯比特在《大趋势：改变我们生活的十个新方向》一书中如此描述信息社会的来临：“1956 年对于美国人来说，是一个生产力旺盛、工业大幅度增长的年头……从表面上看，美国似乎是一个繁荣的工业经济社会，然而，一项很少为人注意的、带有象征性的里程碑却宣告了一个时代的结束：1956 年在美国历史上第一次出现从事技术、管理和事务工作的白领工人数字超过了蓝领工人。美国的工业社会要让路给一个新社会，在这个新社会里，有史以来第一次，我们大多数人要处理信息，而不是生产产品。”随后奈斯比特又指出了信息社会区别于工业社会的五个重要特征：

信息社会是真实的经济存在，而非抽象的思想。

通讯和电脑技术上的新发明将缩短信息的流动时间，加快变化的步伐。

新的信息技术将首先用来解决旧工业上的任务，然后逐渐产生新的活动、新方法和新产品。

[美] 丹尼尔·贝尔：《后工业社会的来临》，42 页，高铨、王宏周、魏章玲译，北京，新华出版社，1997。

在这个文字密集的社会里，我们比以往更需要具备基本的读写技巧，但是我们的教育制度却在制造日益低劣的产品。

新信息时代的技术并非绝对的，它的成败取决于高技术与高情感相平衡的后果。

奈斯比特的论述是关于信息社会的较为经典的论述，但这一段描述其实还是比较模糊的。对于整个人类社会来说，现在为信息社会下定义似乎还为时过早。“信息社会”仍可以算是一种“现在进行时”，“我们正处于这种‘信息化’过程的开端。我们最好的计算机和计算机辅助设计/制造系统仍属原始社会的石斧”。原因是信息技术的变革方兴未艾。从电子工业的突飞猛进，到计算机技术的广泛应用，到通讯卫星的成功发射，到生物信息技术的空前繁荣，再到网络虚拟空间的建立，信息技术在几十年中不断带给人类惊喜。“人类至今还没有对所面临的社会变革和未来社会得出清晰而深刻的结论……一是因为变革还在进行，已有的变革实践还不足以揭示它的本质；二是因为变革的实践虽已显现出未来社会的某些本质，但人们的研究还不够，无法对变革作出准确的把握。”正因为信息社会概念依然是模糊的，因此“信息社会是未来社会还是现实中存在的社会”之类的问题就招来了广泛的争议。在《大趋势》一书中，奈斯比特有时认为信息社会是未来社会，有时又认为这是一种20世纪50年代以后就出现的客观存在物。今天，这类问题仍困扰着学界。

认为信息社会已经是一种客观存在的学者，一般把信息社会的历史发展分成了三个阶段：20世纪50~70年代是第一阶段，其主要表现是信息经济的增长和信息产业的崛起；20世纪80年代是第二阶

以上两处注解参见[美]约翰·奈斯比特：《大趋势：改变我们生活的十个新方向》，梅艳译，10~11页，18页，北京，中国社会科学出版社，1984。

[美]阿尔温·托夫勒：《权力的转移》，刘江等译，25页，北京，中共中央党校出版社，1990。

崔保国：《信息社会的理论与模式》，105~106页，北京，高等教育出版社，1999。

段，其主要特征是信息的生产与分配成为社会的主导，并改变着人们的生活，社会的大多数人主要从事与信息相关的工作。20 世纪进入 90 年代是第三个阶段，席卷全球的“信息高速公路”和全球信息化浪潮，使许多发达国家开始步入高度信息化时代，而更多欠发达国家在全球信息化浪潮推动下，也迈开了信息化的步伐。在 21 世纪初的今天，从传播技术的角度来看，“信息社会”可以从媒介的角度被描述为：（1）数字技术的发展使广播电视在时空的拓展上和传播的质量上发生了质的飞跃；（2）微机的普及和网络的出现为个人和一般家庭提供了全新的媒介平台；（3）由各种媒介（多媒体）与网络联合组成的双向信息处理系统——“信息高速公路”诞生。

二、信息社会的社会变迁

不管信息社会是否已经来临，它对人类社会的政治、经济、社会生活等各个方面的影响确实正在逐渐地展现出来，我们面临的社会正在信息化的浪潮中发生着急剧的变迁，在这个转型的时代，大量以前已成定论的东西正发生着质的改变。正如拉兹洛在《决定命运的选择》一书中指出：“在 20 世纪末和 21 世纪初，规定世界上权力与财富性质的游戏规则已经改变……一个比黄金、货币和土地更灵活的无形的财富和权力基础正在形成。这个新基础以思想、技术和通讯占优势为标志。一句话，以信息为标志。”也就是说，当代社会的各个层面都因信息化的浪潮而发生着剧烈的变迁。

从经济发展的角度来看，传统工业的物质生产方式正在逐渐收缩，信息型的生产方式（亦即信息产业，又称“第四产业”）从传统的三产中脱颖而出，正在成为社会最重要的生产部门，人类正在迈向信息经济。美国经济学家波拉特在他的大型研究报告《信息经济：定义和测算》中指出美国的信息经济早在 1967 年就已占国民生产总值的 46%。20 世纪 90 年代中后期，世界信息产业的生产总值突破了 10000 亿美元。信息技术无处不在，它的影响绝不仅仅体现为第四产

[美] 欧文·拉兹洛：《决定命运的选择》，李吟波译，6 页，北京，三联书店，1997。

业本身，甚至在传统的物质生产部门如汽车工业、钢铁工业和石油工业，也无法抵御信息技术的渗透；在西方发达国家，这些传统生产部门早已完成了信息化的改造。信息基础结构不仅表现为社会性基础结构，而且更重要的是表现为生产性基础结构，直接作用于生产力过程，参与第一、第二产业的价值创造过程。

有人把信息社会的经济形态称为知识经济。一般认为，所谓知识经济就是建立在知识与信息的生产、交换、分配和消费之上的经济形式。自从人类开始其改造自然的历程之后，知识一直是生产力的组成部分。但在不同的经济时代，知识的重要性是不同的。在工业社会，虽然企业家深深地明白，各种新发现、新发明能为之带来巨大的经济效益。但是，他们也清楚地看到，大量资金、原材料与劳动力的投入对于工业发展所起的作用，是知识所不能取代的。此外，由于生产力发展水平的限制，人们对于知识产品的消费还处于萌芽状态，所以专门的知识产品的生产几乎不能形成规模。然而，进入信息社会以后，知识产业和信息产业成为社会发展最快，占比重最高的产业部类，生产中最重要资源是知识和信息，生产缺乏应有知识含量，将意味着企业失去竞争力。

知识经济时代最重要的资源——知识，归根到底表现为人才资源。如果说，经济结构的转变是可见的信息化转向，那么在经济管理领域，观念的转变也在悄然发生。知识和学习能力在经济竞争和人才竞争中被提到了最为重要的部分。“唯一持久的竞争优势，或许是具备比你的竞争对手学习得更快的能力。”经济管理中以人为本的思想不断抬头。现代以人为本主义管理学认为，工具性的工作观已转为精神面的工作观，因此，重视人力资源，不断开发人的潜能和创造力，充分开发外部的信息资源成为管理工作最重要的任务。建立员工的终身教育体系，建设企业的学习型团队，成为现代企业管理的重中之重。

有人把信息社会的经济称之为新经济，并指出，“充分自由的社

[美] 彼得·圣吉：《第五项修炼——学习型组织的艺术与实务》，3页，郭进隆译，上海，上海三联书店，1998。

会环境和充分的人性解放是新经济得以生存和发展的必要条件”。“在以往的社会里，人处处受制于物，主体性难于张扬。新经济时代的到来，使主体得到充分的张扬……人本时代已经到来。”

从权力的角度来看，社会信息化正在引起社会权力结构的深刻变革，以信息和知识作为资源的新的权力阶层正在兴起。托夫勒在《权力的转移》一书中表达了这样的观点：人类有史以来，有三种因素在交替支配着权力，一是暴力，二是金钱，三是知识。在信息社会中，知识取代了金钱而成为权力转移的中心，知识真正显现出了它的力量，并在政治民主化的进程中扮演着不可替代的重要角色。在当今社会，只要能取得对信息循环关键环节的控制权，就能掌握巨大的政治权力，支配他人，控制社会。“最重要的权力转移不是从一个人转移给另外一个人，也不是从一个政党、机构、国家转向另一个政党、机构、国家。真正最重要的变化是伴随着社会向明天加速碰击的过程而在暴力、财富、知识三者之间发生的潜移默化的权力转移。”

在信息社会的政治活动中，从一般公民的角度来看，社会的信息化浪潮正在使普通人的主体意识得到充分的张扬，越来越多的人具有了现代政治意识。大家习惯于借助发达的信息渠道监督政府，保护自身的政治权益。社会民主化进程得以全面的推进。

从政府的角度来看，信息社会的建设本身成为政府的一项主要工作。当今世界几乎所有的重要国家都把推进信息革命作为本国的基本国策。美国的“信息高速公路计划”，欧洲的“尤里卡计划”，我国的“科教兴国战略”等，都以信息技术革命为国家发展战略的核心内容。

从文化的角度来看，信息化的浪潮进一步消解了精英文化与大众文化的二元对立，并且引发了人们对传统文化价值观的反思。传媒及其营造的传媒文化正在成为社会的主流文化，这种文化正在塑造全新

朱光烈：《视野、创造与境界：关于传播学学科建设的一些个人感悟》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，46页，上海，复旦大学出版社，2002。

[美] 阿尔温·托夫勒：《权力的转移》，刘江等译，486～487页，北京，中共中央党校出版社，1990。

的文化价值规范体系。

在跨文化传播的领域，由于媒介技术的革命，文化殖民主义或者文化全球化的倾向比任何时代都要明显，强势文化通过强大的信息传播渠道，向世界的各个角落渗透。互联网打破了跨国信息交流中的许多信息壁垒，然而对于绝大多数发展中国家而言，这意味着这些国家将比以往更多地接受国外，主要是西方发达国家媒体和信息的影响，为保持本国的政治独立和文化的独特性带来了新的问题。但另一方面，同样因为媒介技术的革命，多元文化并存和繁荣的局面也成为可能。澳大利亚土著玛宁格里达人通过网络传播本族传统文化，并摆脱生存困境就是这样一个例子。玛宁格里达人与世隔绝，在现代社会中，他们生来就面临这样的抉择：要么背井离乡，要么忍受终身的物质匮乏。该文化已经陷入困境。自从他们有了自己的网站，他们有机会在网上宣传自己的传统文化和信仰，并且推销自己的工艺品。现在，玛宁格里达人既能够基本生活在传统的价值观中，同时又是现代世界的一部分。

从社会生活的角度来看，社会信息化的影响更是体现在方方面面。信息化改变了人们看待世界的方式。由于人们浸泡在无所不在的信息环境中，并且习惯于信息爆炸给人带来的冲击，长此以往，势必影响并改变人的思维方式和观念。虚拟社会的出现使种种美好的、可怕的幻想与现实已不再存在不可逾越的鸿沟。生活在虚拟与现实二重性世界中的人，其世界观在发生微妙的变化。信息化也改变了人们的生活方式，比如电子商务、电子银行、远程教育等信息社会独特的信息手段，正在使电子购物、在家办公甚至在家上学变成可能。闲暇时间正在不断增长，私人空间正在不断扩大，人有了更多的行动自由和精神自由。而这些信息手段也可能用来进行商业诈骗和盗窃、侵犯人的隐私权、知识产权，使社会诚信遭到破坏。一方面，人的主观能动性在社会生活中得到充分体现，但另一方面，个人的生活也比任何一个时代都更依赖媒介和传播，并被媒介所异化。

总之，信息社会是一种完全不同于传统工业社会的社会形态，社会的最重要资源已经发生了变化，社会正在重新洗牌，而推动这一变

化的原动力则是信息及其传播。

三、信息社会中传播学面临的机遇与挑战

既然信息社会的本质是传播，那么传播当然要被推到某个举足轻重的地位。这对传播学理论拓展、传播学学科地位的提高来讲，是一个很好的机遇，只要抓住这个机遇，传播学大有可为。然而机遇总是与挑战并存，机遇来临的时候通常也就是挑战所带来的危机爆发的时刻。

从发展机遇的角度来说，信息社会中传播技术的突飞猛进，使传播的重要性日益显现出来。信息与传播渗透到社会的每一个层面，并深刻地影响着人们的生活，信息及传播从来没有像今天这样成为社会关注的中心。从经济的角度来看，媒介一跃成为信息社会最具代表性的生产力之一。从政治的角度来看，媒介及信息的传播正是政治民主化和现代化的重要推进力量。从文化的角度来看，媒介及信息传播正在代表最重要的文化力量。从社会生活的角度来看，人类正在走向数字化的生活方式。

传播在一切社会中都是人类行为的中心，在苏格拉底、柏拉图和孔子的时代，先哲们就意识到了这一点。在 20 世纪与 21 世纪的世纪之交，由于传播革命的发生，人们更加普遍意识到传播在现代社会中的重要性：“传播是与人类生活的各个方面交织在一起的，对人类活动的任何研究必然会触及它。”传播的兴盛，以及它在信息社会中的主导性地位，似乎预示着以人类传播为研究对象的传播学的兴盛是大势所趋。这是因为，传播的兴盛将为传播学提出各种新课题，从而为传播学的理论创新提供广阔的舞台。一方面，传播的兴盛使传播领域的课题越来越成为社会普遍关注的问题，这为传播学理论的自我完善提供了契机。可以断言，随着传播重要性的不断提升，传播学元理论的研究将有可能得到进一步的发展，并最终形成科学的体系。在信息社会，传播学应当责无旁贷地成为解释当代社会变革的最重要学科

[美] 斯蒂文·小约翰：《传播理论》，陈德民、叶晓辉译，3 页，北京，中国社会科学出版社，1999。

之一。具体地说，传播学有义务向人们解释信息社会和网络社会人类行为的变化及由此发生的社会变迁。一言以蔽之，外部的世界要求传播学成为诠释世界变化的显学。这样的机会和挑战，对于其他学科来说，是无法享受到的“待遇”。另一方面，传播的兴盛将使人们更关注传播与经济、政治、文化、社会的关系，从而使传播研究的外延得以扩大，形成学科一体化的研究态势。传播学自觉而充分地吸纳当代人文社会科学和自然科学的最新成果，进行高层次和系统化的分化与综合的时代已经来临。当前，经济传播学、政治传播学、社会传播学、传播心理学、传播人类学等边缘学科正应时代的需要而构造着自己的理论框架。可以预言，在不久的将来，传播学边缘学科的研究将更加兴盛，更多的跨学科传播研究将广泛开展。

应当说，在近一个世纪的发展中，传播学完成了跳跃式的学科发展，取得了许多有目共睹的学术成果，对人类传播现象的探索也取得了令人瞩目的成绩，可传播学至今仍没有成为一门先导性的人文社会科学。其中的一个主要原因是，传播学的理论与方法，对于社会的贡献没有得到充分的彰显，对其他人文社会科学和自然科学的影响甚为微小。但这种情况很有可能不复存在。传播日渐重要的社会作用，将使传播学的每一次理论突破都会对社会和其他学科产生重要的影响。

从社会的层面来看，首先，在传播学上取得的突破，将加快传播技术改进的速度，从而进一步促进传播革命和科技革命的发展。相反，如果传播学在网络时代无所作为，那么高科技的传媒必将失控，使社会陷入混乱。其次，在传播学上取得的突破，将有利于知识经济的迅猛发展。传播是知识经济的血脉。只有使传播渠道更加通畅更加安全，信息转化为经济的速度才会更快。相反，传播学研究严重滞后，传播渠道的障碍无法清除，信息传播杂乱无章，知识经济就会陷入困境。再次，在传播学上取得的突破，将有助于某些全球性政治和社会问题的逐步解决，有助于培养人的现代意识，加快人类民主化的进程，优化人们的生活环境。反之，人们将加深敌对，并最终危及人类的生存。由此可以看出，传播学的突破对未来社会的影响实在是许多学科所达不到的，尽管这些影响在以前表现得并不充分。

从人文社会科学各学科的层面来看，传播学领域的突破将有助于解决信息社会为其他人文社会科学如政治学、法学、社会学等学科带来的新课题，如信息安全研究、网络犯罪研究，虚拟社会研究等等，使这些学科的研究取得突破性进展。在信息社会，利用现代科学两大部类的方法与理论，联系协调两大部类关系的学科必将成为备受瞩目的学科，而万幸的是，传播学就是其中最重要的一门。传播学将充分发挥横跨人文—社会、自然两大科学部类研究的学科特点，成为科学部类之间的纽带。“信息传播是一个能够把自然科学（DNA 为其伟大的密码）、文科（语言即是交流）和社会科学（传播是基本的社会过程，施拉姆如是说）结为一体的观念。”利用自然科学和社会科学的方法解决传播学效果、受众等方面的研究，利用人文科学的结论来控制传播技术发展的方向，将使传播学的发展格外具有方法论上的优势。

有学者认为，信息社会的来临，将有助于形成一个信息科学研究的庞大体系。这个体系由六个由高到低的层级组成，包括：信息哲学、一般信息理论、领域信息学、门类信息学、分支信息学与工程技术信息学。其中传播学就属于一般信息理论的研究范畴。这一层次的信息科学研究“是较低层次上的信息科学的一般理论概括和总结，一方面又是通向信息哲学层次的最为切近的理论来源”。传播学在信息科学中的学科地位之高可见一斑。

当然，传播学的美好前途只是一种逻辑上的推测，前提是传播学能够与时俱进。其实，传播更多的是面临着信息社会的挑战。传播的兴盛并不意味着传播学一定会兴盛，更不一定意味着传播学能够成为一门显学。在上一章中，我们分析了传播学面临的危机，这种危机尽管一直都存在，但在信息社会尤其是网络社会的挑战面前表现得特别明显。

[美] 彼得斯：《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，21页，北京，华夏出版社，2003。

郭焜：《信息认识论》，238~241页，北京，中国社会科学出版社，2002。

在信息社会，信息技术的革命此起彼伏。尤其是 20 世纪 90 年代以来，以网络为代表的信息技术革命的大爆发，成为社会变迁的主要推动力。信息技术革命的必然结果是加快了世界经济全球化的步伐，地球真的成为了麦克卢汉所预言的那么一个小小的村落。这不是因为地球真的变“小”了，而是因为传播变“大”了。社会的变革导致了许多新课题的产生，“当网络传播改变了以往大众传播中的媒介、社会和受众之间的关系时，大众传播学面临着新的挑战：传播学的一些基本概念、基本命题或模式以及若干学说需要重新阐释。不仅如此，传播学还必须考虑建立新的概念、新的命题。”这些都是信息社会向传播学提出的挑战。

然而正当传播学必须直面挑战时，传播学却失语了。个中原因，上一章已有涉及。在信息社会面前，每一位传播学研究者的态度都是矛盾的：一方面，他们为信息时代的机遇而感到欢欣鼓舞；另一方面，他们却必须面对在信息社会中日益彰显的传播学危机。“信息时代的到来，使传播学研究在 20 世纪的最后 20 年，如同一个在黄昏中走失的孩子，站在世纪之交的十字路口，望着川流不息的信息高速公路，不知道该搭哪班车，不知道该往哪里去。”

第二节 对网络媒介的传播学思考

今天再阅读林雄二郎的名作《信息化社会》，心中就会有一种难以名状的滋味。这部出版于 20 世纪 60 年代的著作被誉为“新时代的预告篇”，然而尚在人世的林雄二郎就看到了“新技术、新媒介的迅猛发展，带来一系列为作者始料未及的变动”。以他的观点为基础发展信息产业的日本在新媒体的冲击下出现了“信息产业发展战略方面

崔保国：《信息社会的理论与模式》，82 页，北京，高等教育出版社，1999。

崔保国：《信息时代传播学研究的创造性转变》，见尹鸿、李彬主编《全球化与大众传媒——冲突·融合·互动》，165 页，北京，清华大学出版社，2002。

的失误及滞后”。我们每个人都得感喟，信息社会的发展一日千里，新技术所能带来的社会变迁之大，再大胆的预言家都难以预测。

网络就是这样的一种存在，谁都没有看出这种冷战时期被美国军方用来防御军事打击的计算机联网技术，会这样剧烈地改变人类的生活，尤其是人类的传播。它在全球的推广无疑突破了传统信息的时空限制，加速了信息时代的来临。

一、作为传媒的网络

必须承认，网络是一个独立的社会。但鉴于本书的兴趣，只把它作为一种媒介来加以阐述。1998年5月，在联合国举行的一次学术研讨会上，有关学者正式提出了“第四种媒体”这一概念，并很快得到大家的认可。

从传播学的角度来看，网络是一种“繁殖力”极其惊人的媒体。

在中国，中国互联网信息中心（CNNIC）1998年1月所发布的首次统计数据显示，1997年10月31日，中国的上网用户数为62万，上网计算机数不到30万台。而到了2004年1月的第13次调查结果显示，中国的上网用户数为7950万人，上网计算机为3089万台，6年时间，用户数增加了128倍，上网计算机数增加了103倍，增长速度令人惊叹。尽管如此，今天中国的互联网无论从普及率，还是联网的计算机数，在世界上都属于较为落后的国家。与同期的中国相比，美国的上网用户约为1.5亿人，普及率为63.2%，远高于中国的5%。世界其他主要发达国家的网络普及率都在中国的3倍以上，到2003年底，世界的因特网用户总数已达到7.51亿人，比2002年增长了23%。这对于一种才出现了不到15年的传播媒介来说，是一个了不起的业绩。

作为三大传统媒介中最具吸引力的电视在出现以后13年才拥有

参见张国良主编：《20世纪传播学经典文本》，387～388页，上海，复旦大学出版社，2003。

中国互联网络信息中心：《中国互联网发展状况统计报告（2004/1）》，<http://www.cnnic.net.cn>。

5 000 万受众，而 Internet 开通才 7 年已经有了 5 000 万以上的用户。从繁殖力的角度来看，网络绝对是一个奇迹。

网络的快速发展，源于它出色的技术特点以及因此形成的独特传媒文化。与三大传统媒体相比，网络确实有着出众的技术优势。

这种优势首先表现在网络传播信息的海量性。任何一种传统大众传媒都受到时间和空间上制约，报纸的扩版总有边界，而广播电视一天能利用的时间顶多只有 24 小时。然而网络作为一种信息载体，至少从现在来看，其容量是无限的。根据 2000 年上半年的统计资料，因特网的网页数规模仅仅在 2000 年上半年就增长了一倍多，从 10 亿增长到 20 多亿。互联网集合了全世界许许多多的网站，连接了数以亿计的电脑终端和大量的数据库，是一个取之不尽用之不竭的信息库。如果很好地掌握了网络上最重要的搜索引擎，普通受众可以在网上找到几乎所有他所需要的信息。传统的三大媒介目前都纷纷开辟网络专栏，介绍网上信息，仅这一小小的改革就大大丰富了这些媒介的信息量，由此可见网络在这方面突出的优势。

这种优势还表现为网络传播技术的兼容性。网络能够融文字、音响、图像为一体，兼具人类现有一切大众传播媒介的多种优势，成为一个“媒介大熔炉”。网络既可以成为当天全世界最重要报纸的大全，也可以成为多频道电视。尼尔森曾经这样评价互联网的兼容功能，他指出：“为什么传统媒体的几种样式是各自独立的？为什么你必须在他们中间进行选择？……为什么所有这些东西不合而为一，成为一种单一的媒体？……答案是显而易见的……现在的硬件设施，对于媒体功能的整合起到阻碍作用。”在尼尔森看来，网络改变了这一切，在网上，人们“可以看电视（更不必说收听单纯有声的广播）；可以阅读报纸杂志（它们随时更新，完全没有按周期出版的限制）；可以像在图书馆一样查找资料（不必真的跑去图书馆翻阅一摞摞的书刊）……并且这些并非简单地相加，它们是有机地综合在一起的——在‘看电视’时你随时可以‘翻开’‘电视’里的‘报纸’，在读‘报纸’

时你又随时可以‘摁亮’‘报纸’中的‘电视’……”

网络的兼容性还远不止上述这些内容。网络既可以成为邮政通道，电信通道，还可以成为商务通道。尽管网络不可能真正成为一个包罗万象的平台，但在它身上所显示出来的对各种事物的整合性代表着传媒的革命性发展。

网络的优势还表现为网络传播行为的交互性。从以往的情况来看，能在同一技术系统中实现双向交互传播的传媒是很少的，能够实现撒播与对话相统一的媒介更是少之又少。广播中主播与听众通过电话的互动交流可算是一例，然而这种互动是完全不对等的，只有少数听众能实现这种传播，而且受到时间和空间上的较大限制。而网络则不然，在网络上，无论是人际传播、群体传播还是大众传播在理论上均可以实现对等的互动，这种互动很少受到时间和空间的限制。因此有学者认为：“网络传播的其他属性，比如传播的广泛性、时效性，传播方式的书面化、图像化等，传统媒体也同样拥有，它们之间只是具有量的较大的差别，而互联网的彻底的交互性，对于传统媒体而言，是质的飞跃，因而具有革命性。”

以上这些优势，归根到底是因为网络的技术基础是数字技术。与之相比，传统媒介所采用的模拟信号技术导致了其信息传输方式的局限性。

二、网络与三大传媒的关系

互联网的技术优势是非常明显的，根据这一点，许多传播学家普遍认为，传统传播媒介格局将会受到网络的致命冲击。也正因为如此，关于网络和三大传统媒体未来命运的讨论成为了20世纪90年代以来传播学的一个热门话题。

也许单从技术的角度来看，网络确实可能导致传统媒体在未来的消亡，因此，许多学者提出了传统媒介“消亡论”。比如说报纸，有

转引自杜骏飞主编：《网络传播概论》，77～78页，福州，福建人民出版社，2003。

杜骏飞主编：《网络传播概论》，75页，福州，福建人民出版社，2003。

人预测：在信息高速公路时代，由于网络上的影像、声音、文字等信息传播是如此及时、生动、立体，以至于报纸这种滞后、单调、线性传播的印刷媒介很可能成为信息高速公路上的首批牺牲品——信息时代的恐龙，在人类社会中完全消失。这种看似耸人听闻的观点其实是一种老生常谈。每一种新的大众传播媒介出现以后，就会有人预言原有的某种媒介将会退出历史舞台。早在半个多世纪以前，就有人因为广播的出现而认为报刊书籍将要消亡。此后，又有人因电视的出现而预言广播的消亡。网络出现后，消亡论观点的持有者越来越多。他们认为，电子报纸和网络电视会让原有的三大传播媒介退出历史舞台。这些看法也受到一些调查数据的扶持，不止一项数据表明，近年来，正是由于网络的这些优势，使传统媒体受到了相当大的冲击。据在美国进行的一项调查表明，美国电视观众因网络的出现而减少了30%，出租录像带的生意减少了13%，报纸发行量下降了7%。这些数据被消亡论者用作最有力的证据。

然而我认为，这种观点恰恰表明了当代某些传播学者对网络传媒的思考并不全面。这也暴露出传播学在媒介研究特别是新媒介研究方面力所未逮的结构性缺陷。过于注重技术因素的影响而无视多种社会因素的影响，是无法对未来做出准确判断的。我们不能以对新媒体之间的感情，代替对它前途的理性关注。

广播出现以后，书籍不但没有消失，而且出版业还有较大发展，报纸则更是蓬勃兴旺地发展到了今天，依然位居主流媒体之列，一点不比广播的处境差。电视出现后，广播也不曾销声匿迹，反而通过技术进步找到了倾心于自身的独特受众群。有关传播学家研究的结果表明，之所以会出现这种现象，原因有二：其一，广播电视的出现反而使书籍明确了属于它的那一块市场，出版业从此可以开展有针对性的经营，从而使书籍出版业得到进一步发展；其二，广播电视为了吸引更多的受众，开辟了一些与书籍有关的栏目，如新书介绍等，这些栏目等于为出版业作了广告，为出版业开辟了新的市场。正如莱文森所言：“媒介发展的规律是非常深刻的：当一种新的媒介在特定的领域中胜过旧有的媒介时，并不意味着旧有的媒介即将衰落和死亡。事实

上是：旧有媒介将被挤压进一个小的生存环境中，在这个环境中它将扮演新媒介所不能胜任的角色并因此而生存下去，虽然这一角色和新媒介出现之前或许有所不同。”

如果退一步，把网络看作是三大传统媒体的同质性竞争对手，那么它是否能取三大传统媒体而代之呢？从一般的逻辑层面来看，一个媒介要完全替代另一个媒介，就必须具备被替代媒介的一切比较显著的优点，包括技术优点和人文优点。罗杰斯指出，一种新媒介为公众普遍接受的五条标准是：

(1) 便利。新技术、新媒介同旧技术、旧媒介相比，使用起来越方便就越容易为公众所接受。

(2) 兼容。新技术、新媒介越是能为旧技术、旧媒介兼容，越是能减少公众投资新技术、新媒介的费用，就越容易为公众所接受。

(3) 简单。新技术、新媒介同旧技术、旧媒介相比，使用起来越简便，甚至不需要任何专门培训，就越容易为公众所接受。

(4) 可靠。新技术、新媒介同旧技术、旧媒介相比，质量越高，安全性越好，就越容易为公众所接受。

(5) 可感。新技术、新媒介的采用与否，虽然同媒介宣传有关，但最终取决于使用者的感受与人际传播。

从这个意义上讲，网络被人普遍接受的时代至少到目前为止还并未到来。尽管上网的人绝对数不少，但真正把网络作为最重要新闻传播媒介来看待的人却不多。那种认为网络将会替代一切传统媒介的设想，至少就目前而言，是不成熟的。

以新闻网站与报纸的竞争关系为例。新闻门户网站的出现目前被认为是传统报业最大的挑战。不少传播学家认为，新闻门户网站将会取代传统意义上的报纸，因为随着技术的发展，新闻网站将声、

[美] 保罗·利文森：《软边缘：信息革命的历史与未来》，熊澄宇等译，48页，北京，清华大学出版社，2002。

参见 [美] 罗杰菲德勒：《媒介形态变化：认识新媒介》，明安香译，10～12页，北京，华夏出版社，2000。

字、像结合，以一种多媒体的方式传播新闻。然而他们没有看到，即便上网已变得十分普遍，但与传统报纸相比，新闻网站起码还在以下几个方面处于劣势：

首先，新闻门户网站目前只是将传统报纸的内容放到网络上去，把传统报纸的纸张排版变成网页形式。而从视觉习惯和阅读习惯的角度来看，人们更适应传统的报纸。以往人们阅读报纸时心态比较放松，行为也比较随便，可以自由地在一个版面上挑选自己感兴趣的东西来读。而阅读网页却必须集中精神在计算机前操作，而且也不能像报纸一样在一个很大的版面空间上挑选自己想要阅读的东西。这是一个媒体使用习惯的问题，“如果人们已经形成了使用某一种媒体的习惯，那么，即使这种媒体有种种不足，人们还是能够接受它的。”所以包括许多网友都认为，如果可能，报纸仍是第一选择，有些东西报纸上看不到才上网。

其次，新闻网站若要生存，就必须有足够多的受众和点击率；而若要有一定的点击率，所提供的信息就必须包罗万象，满足多种需求。它的内容与在某地发行着重于地方新闻的报纸应该是不一样的。这就为许多地方报纸提供了一块市场，在这个市场上，由于新闻的接近性原则，新闻网站无法与传统报业竞争。因此每一个足够大的区域，都会出现一张很有市场的地方报纸，而且该报在这一生存空间仍然可以大有作为。

最后，新闻网站的信息太多，常常使人无从选择。受众是否总是乐意由自己亲自从若干新闻中“拉”出自己想要的新闻，这有待考证。人的惰性决定了，他们还是更习惯有人把有限的新闻“推”到他们面前。在这一点上，由把关人精挑细选的报纸就有自己的优势。在网站上，在一大堆信息中想要搜索自己需要的信息是很不容易的，这不但容易让人感到疲劳，而且浪费时间。看报纸则往往花费的时间较少，而获得的信息却相对集中。

本书认为，科学地考察一种媒介的优劣，不能只从该媒介技术水

彭兰：《网络新闻学原理与应用》，50页，北京，新华出版社，2003。

平的高低入手，这是一种比较偏颇的技术决定论态度。考察一种媒介是否会取代另一种媒介，还是要从受众的满意度的高低出发。从理性的角度看，这里所谓满意度，应该就是指受众在单位时间中每花一单位的货币所能享受的有价值的信息的多少。满意度是可以测算的，满意度与信息的质量与数量成正比，与信息成本、时间成本成反比：

$$\text{满意度} = \frac{\text{信息的质量} \times \text{加权} + \text{信息的数量} \times \text{加权}}{\text{信息成本} \times \text{加权} + \text{时间成本} \times \text{加权}}$$

在上述公式中，信息成本指的是获得所需信息需要付出的货币及心理成本。当然这个公式是有适用范围的，即它把每一个受众都看作是一个能进行理性分析的主体，并且他有足够的信息需求。在这个公式的各项变量中，我们可以发现每一种媒介都在某个或某几个变量中有其优势和劣势，所以最后得出的满意度的数值是比较相近的。比如相对于报纸，目前的新闻网站在信息的数量上占有一定优势，因为它的信息量很大，种类非常丰富；但新闻网站目前在价格上处于劣势，在信息的质量和价格成本上也不占上风，所以它在受众的满意度方面未必就比报纸高。也许价格的问题将来不成其为问题，但时间成本和信息质量问题将一直困扰新闻网站的发展。

当然，我们也必须考虑一些非理性因素，这些非理性因素作用的结果是公式所无法解释的。比如说有的受众把获得信息所需的时间放在第一位来加以考虑，那么无论网络在信息的质量和数量上有多大优势，这些受众都可以视而不见。又比如说有的受众时间有限，无法承受高额的时间成本，那不管新闻网站有多吸引他，他都不会选择新闻网站。

综上所述，新闻网站的出现并不是替代了报纸，从某种意义上讲，它只是传统报业功能的一种延伸和发展，它将与传统的报业一起，继续丰富人们的媒介天地。其实，网络电视也面临着这些问题。尽管某些细节不尽相似，但网络与三大传统媒介相比，应该说是尺有所短，寸有所长。

网络的出现不但不能取代三大传统媒介，而且将促进三大媒介的继续发展。一方面，网络帮助报纸等媒介细分了市场，使报纸等媒介

比以往更有针对性，更容易经营；另一方面，网络兼容三大媒介的功能，使各种媒介的功能在网络上得到了延伸，为各种媒介开辟了新的市场。媒介之间固然有激烈的竞争，但它们之间的相互促进也是不容忽视的。比如美国在网络出现以后，有关电脑和国际电脑网络的出版物发行量就增长了7%。这种相互之间的竞争和促进导致了各种媒介开发更大的市场，只有网络一种传媒兴盛的时代不可能到来。由此可见，网络兴盛的时代，并不是三大媒介消亡的时代，而是一个各种传播媒介都空前繁荣的时代。传统传媒与网络之间的关系，应是合作甚于竞争。

因此，对于网络与三大传媒关系的最准确的描述应当是：共同繁荣与共同进化。正如菲德勒所说：“一切形式的传播媒介都在一个不断扩大的、复杂的自适应系统以内共同相处和共同演进。”

三、网络的媒体定位与其传播学特征

既然网络无法替代原有的媒介而“一统天下”，那么就很有必要为这种21世纪的传播媒介作一个定位。将网络定位为继报纸、广播和电视之后的“第四种媒介”，这种说法是否准确，还需要做出某种具体的分析。

提出“第四种媒介”这一概念的传播学家多有一种前提假设，那就是把网络视作与报纸、广播、电视一类的大众传播媒介。但是仔细比较和分析，不难发现，这个前提并不成立。

我们先来关注一下网络的功能。目前，网络有两种功能。其一是作为人际传播的工具，作用类似于电传、电话，换句话说，是兼容了电传和电话的功能；其二是作为大众传播的工具，如上文所述它兼容了报纸杂志、广播、电视甚至是书籍的功能。以前，我们把广播和电视作为一类媒介来看待，有以下两点原因：一是广播和电视有诸多同类媒介的共性；二是广播和电视又有自己的个性。也就是说，广播不能兼容电视，而电视也不能兼容广播。有人说，电视完全可以当作广

[美] 罗杰·菲德勒：《媒介形态变化：认识新媒介》，明安香译，24页，北京，华夏出版社，2000。

播用，但不要忘记电视声画结合的特点，听电视和听广播是截然不同的，电视不可能同时在内容与形式上去兼容广播。

而网络与传统媒介之间相异性大于相似性。它整合了以往所有媒体的技术特性，因此它已经不再是广播或电视这一层次上的媒介。可以说网络已成为一种无所不包的媒介，它完全可以成为目前任何一种媒介的媒介。它是另一类媒介或者说是另一代媒介。在互联网之前，只有空气才能像互联网一样成为媒介的媒介。

其他的一些网络的特征也充分说明了网络是新一代媒介。首先，在人类的历史上，在网络出现以前，尚没有任何一种媒介可以既实现人际传播又实现大众传播；其次，在人类历史上，在网络出现以前，也没有一种媒介可以如此有效地实现反馈；更不要说网络惊人的信息量了。而这些特征都属于新一代媒介。网络正是施拉姆说的那种集人际传播与大众传播于一体的新一代媒介。

其实在实践中，各种媒介也没有把网络作为第四媒介来看待。目前，通讯社、电视台、电台和报社的功能正在趋于融合，比如全球的重要报纸纷纷开辟电子版，电子报纸的图片正在变成像电视镜头一样的动态画面。这一切说明，它们正积极地在网上谋求发行量的新增点，从而传播一种多媒体新闻。也就是说，它们并没有把网络看作是一种相近的媒介，而是把它看作自己需要进入的新的市场和空间，把网络看作是一种新的传播平台。从这个意义上讲，网络也不能算是并列于传统三大媒介的“第四种媒介”。

综观历史，人类有过许多的信息传播媒介。我认为，完全可以将之划分成三代。

第一代媒介因为传播技术上的局限性，只能实现一种范围有限的传播，如人与人之间通过对话完成人际传播，又如统治阶层通过各种公文完成组织传播等等。有的时候，这种传播也能扩散到一个比较大的范围，但传播的速度十分缓慢，信息量也十分有限，因此这一代媒介无法做到大众传播，可以称之为前大众传播媒介。

报纸尤其是商业报纸出现以后，情况发生了巨大变化，在比较短的时间内，大量信息就可以在相当大的空间中撒播开去。以报纸为首

的第二代媒介实现了大众传播，是一次了不起的传播革命。广播电视的出现，报纸杂志的兴盛，为信息传播在时间和空间上的拓展做出了巨大的贡献。更重要的是，它使传媒真正成为一种专业机构，使编辑记者真正成为了专业人员。人们公认第二代媒介是大众传播媒介。

第三代媒介实现了大众传播与人际传播的兼容，网络就是其杰出的代表。这才是网络的准确的媒介定位。网络作为一个媒介平台大大延伸了大众传播媒介的功能，不妨可以称之为后大众传播媒介。网络与其他媒介有很大的不同，它的整合性、互动性等特点都说明它与传统媒体根本不是一个层面上的媒介。一言以蔽之，“网络属于未来媒体，而其他的媒体则属于过去或者现在。网络不是加强了我们头脑中那些已经存在了很久的媒体概念，恰恰相反，网络破坏了我们传统的传媒观念，一句话，它解构了传媒。”

无独有偶，在马克·波斯特的重要著作《第二媒介时代》中，作者也将网络与三大传统媒体划分成两代不同的媒体。对此，波斯特提出了自己的理由，他认为技术的整合性、互动性和虚拟现实性是他做出这种划分的重要理由。“当大众媒介转换成去中心化的传播网络时，发送者变成了接收者、生产者变成了消费者、统治者变成了被统治者，这样，用来理解第一传媒时代的逻辑就被颠覆了。”波斯特进而指出，其实第二媒介时代的特点主要体现为主体“身份建构方式以及文化中更广泛而全面的变化”。

第三节 网络对传播实践的再造

网络的迅速发展说明，作为一种重要的和全新的媒介，网络已经对传播实践和传播学产生了巨大的冲击，传播研究不能无视这种冲击

刘宏：《网络启示：后传播时代的到来》，见周鸿铎主编：《网络传播与知识经济》，5页，3页，北京，北京广播学院出版社，2001。

[美] 马克·波斯特：《第二媒介时代》，范静晔译，44页，34页，南京，南京大学出版社，2001。

的存在。由于网络特殊的技术特性，网络传播实践是对以往传播实践的再造，但同时，它又对传播理论的进一步丰满提供了机遇。“如果我们忽视了计算机媒介，那么不但（大众传播）这一学科会落在后面，而且我们也将失去对大众传播研究的一些中心问题的答案进行探索和重新思考的机会。”

我认为，网络对传播实践的再造主要体现在以下几个方面，这些都为传播学提出全新的课题：

一、以网络为平台的媒介系统消解了以往传播研究的类型划分

以前的传播学把传播分成内向传播、人际传播、群体传播和大众传播四种类型，并分门别类地加以研究，总结出各种传播的特点。但在网络时代，这种划分已经意义不大。从人际传播（如电子邮件）到群体传播（如BBS）到信息内容向全世界网络用户公开的大众传播活动（如新闻门户网站），网络均能包容。因特网就其实质而言，是多种网络的集合：1982年贝拉文所创立的计算机网络能够允许网络中的任何一个用户将信息发给所有的用户，开创了网络大众传播的先河；1983年创立的BITNET和费多网则可以帮助用户发送电子邮件或者讨论问题，从而开创了网络人际传播和群体传播的先河。这些网络在因特网形成气候后，都相继并入因特网而成为它的一个组成部分。

不仅如此，这些传播方式通常被因特网的大型网站有机地结合在一起。以中国ITCP的代表人民网为例，在该网站上，即使是面向大众的新闻传播，也设立了互动的链接和讨论版，因此带有了人际传播的亲和力和群体传播的社区性，不同传播类型的不同特点被整合了。

其实，这种整合已经变成了一种全新的传播方式。在网络中，“媒介不仅仅是信息，还是人——包括传播者和受众”，正是由于“将人、信息、媒介整合在同一物理表征（网络化介质）之中，人类才第

[美] 约瑟夫·斯特劳巴哈、罗伯特·拉罗斯：《今日媒介：信息时代的传播媒介》，7页，熊澄宇等译，北京，清华大学出版社，2002。

一次实现了跨时空、平等、普遍地沟通的梦想”。这种整合后的传播方式，是大众的，也是群体的，更是个人的。以前对于不同传播类型已有的定论几乎已全然不适合套用在网络传播上。而且，在信息社会中，除网络传播以外，包括报纸、广播电视等传统大众传播媒介的传播方式也不再是单纯的大众传播。传播类型互渐的现象十分明显。由于整合后的传播方式更多地带有人性化传播的特点，因此，只有对媒介的使用者——具体的人进行深入的研究，才能有效地解决传播中出现的问题。

二、网络消解了以往传播研究对大众传播媒介的特定含义

大众传播媒介在传播学经验主义范式的研究中有其特定的含义。首先，在大众传播媒介上的传播不是平等互动的。传统的大众传播媒介，无论采用什么技术手段，都很难真正实现与受众的互动。受众更多的还是看到了冷冰冰的屏幕，还是接收着不可触及的电波。“反馈”一词的提出就表现出这种传播方式的不平等。由于大众传媒本身不能提供直接互动的方式，因此反馈常常需要通过另一种渠道进行，而这些渠道比如通信相比于大众媒介的渠道，几乎是微不足道的。其次，从总体上看，大众传播媒介是对大众进行传播的，而不是对某些特殊的群体或个人进行传播的。最后，大众传播媒介的不同种类之间由于传播方式的不同而构成一种竞争关系，而无法做到完全的兼容。

网络显然不完全符合上述大众媒介的条件。网络是一种典型的互动型媒介，也可以说是一种对话型媒介。在网络上大众传播与人际传播很好地结合在一起，因此网络既可以在技术上做到平等的互动，也可以在传播过程中做到既宽播又窄播。从技术上讲，网络可以兼容书籍、报纸、广播、电视甚至人与人之间的对话和通信，成为以上媒介的各种传播方式的“超级电子平台”。

网络传播代表着一种新的传播形态，按照麦克卢汉的理论，我们可以认为以往的一切媒介现在正在成为网络的内容。正如莱文森又被译为利文森所说：“到了新千年的时候，因特网摆出了这样一副姿态：它要把过去一切的媒介‘解放’出来，当作自己的手段来使用，要把

一切媒介变成内容，要把这一切变成自己的内容。开始的时候，因特网的内容是文本。到了 90 年代，它扩张以后就包括了图像和声音。到了世纪之交，它又提供了网络电话（Internet Telephone）、在线音频播放（Real Audio）、在线视频播放（Real Video）。网络证明且暗示，这是一个宏大的包含一切媒介的媒介。”由此可见，完全不能用大众传媒的一般理论去界定网络。正如第二节所说，网络不是什么第四媒介，它是新一代的媒介。

与过去更为不同的是，有了网络这样一个媒介平台，传统的大众传播媒介的传播方式也发生了变化。最明显的变化是，三大传统媒介的反馈潜力被充分挖掘。几乎每一种大众传媒都在想尽一切办法与受众沟通，使反馈的渠道变得更加畅通。通过电话、网络等渠道，报纸、广播和电视正在重新认识反馈，利用反馈，甚至使反馈变成互动和对话。通过反馈，三大传媒也越来越重视“窄播”，对受众进行市场细分，为受众营造人际传播的氛围，甚至应受众的要求实现多媒体的联动。从这个意义上讲，网络带来的先进传播理念也造就了“传播的网络化”。

三、网络传播改变了以往传播学对传播过程的描述

在“五 W”传播模式中，传播者与受众是传播的两端，传播者将内容传递给受众，其间由传播媒介（也就是渠道）相连。在这个模式中，暗含着传播者对受众的控制这一前提。传播的控制和因之产生的秩序在该模式中得到强化。然而，这种模式却很难用以描述网络传播的过程。因为，网络传播的实践消解了“五 W”模式的前提。

从技术上看，互联网是一种消解了中央控制的技术，与其他网络包括计算机局域网不同的是，互联网没有中心和大脑，没有一台控制一切的运算速度极快的大型计算机。“从最早的主机型电脑到后来的互联网的 personal computer，是一个挑战独断、权力、集中、控制的过程，包括包切换、分布式网络、传输协议等互联网技术的发展，本身潜藏着

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉——信息化新纪元指南》，何道宽译，7 页，北京，社会科学文献出版社，2001。

一种突破禁忌、无视戒规、摧毁中心的理念。”

在网络上，在某一具体的传播过程中，传播者与受众的差别当然是存在的，但他们之间的角色转换可以说是十分频繁的。在某一传播过程中成为传播者的网络用户，在另一传播过程中就可能是受众；在某一传播过程中的消费者，则可能在另一个传播过程中是信息的生产者和创造者。在某一传播过程中一开始是受众的网络用户可能到了另一传播过程中就成为了传播者。如此迅速和方便的角色互换，使传播者与受众从整体上变成了一类人，这类人创造信息，传播信息与此同时也接受信息，他们是网络时代的“信息人”。另外，正是因为传者与受众角色的模糊，传播的过程变得异常复杂。在网络传播中，传播已由线性模式转向了链形模式，从N级传播模式演化为泛层级的传播模式。网络上的每一个终端就是一个传播的中心，以往传播者的核心地位在很多情况下正在被“去中心化”。

传播者中心地位的动摇正是对以往传播学研究赖以生存的根基的动摇。经验主义传播学研究始于拉斯韦尔对宣传的研究，因此，“传播者处于主动地位”这一命题一直是主流传播学研究的基础假设，很多控制研究和效果研究的理论都建立在这一假设的基础上。随着网络的出现，所有的传媒都空前重视受众的重要性，并把具有复杂动机的受众作为自己关注的核心和本位。

有意思的是，这种对于传播控制的消解，这种去中心化的结果，却在很大程度上突出了传播中的一个核心要素，那就是人，是作为互联网主体的人。

许多人错误地认为，在网络上，传播技术将成为压倒一切的重要因素，技术将决定人类的一切传播活动。然而，事实证明，网络传播恰恰是一种以人为核心的传播。网络不纯粹是一种技术工具，它具有强烈的人文指向。一方面，网络促进了人素质的提高和主体地位的跃升，人在传播中的主动性大大增强；另一方面，正是因为人的核心作用，网络远甚于其他媒介的复杂机制才得以运行。

杜骏飞主编：《网络传播概论》，85页，福州，福建人民出版社，2003。

四、网络传播形成了一个纯粹的虚拟社会

尽管本书无意夸大网络传播的意义，但网络的出现，绝不仅仅是一种技术上的飞跃，它正在改变社会的形态，并建构一个社会，它体现着一种社会形态的变迁过程。正如卡斯特（Manuel Castells）所说，“我们的社会逐渐依循网络与自我之间的两极对立而建造”。相对于过去的社会形态，网络所构建的社会是一个两元社会，在这个社会中，除了现实空间所构成的社会之外，还存在着一个虚拟社会。两者也许并不总是对立的，但两者是不同的社会形式，具有不同的法则和动态。在现实社会中，人们需要遵循一种现实的逻辑，但在网络空间中，人们显然遵循着不同的逻辑。“在第二媒介时代，‘现实’变得多重了。”

在李普曼看来，由于传媒能够在人的头脑中形成所谓的世界图景，因此人的大脑中关于世界的印象与现实世界的本来面目有很大的不同。李普曼将人大脑中的世界图景称之为虚拟世界。但是，在网络之前的任何一种大众传播媒介都没有能创造出一种与现实社会相对应的虚拟社会。报纸也好，广播电视也好，它们所构成的世界依然处于现实世界的框架之内。电视出现后，虚拟世界的轮廓变得越来越清晰。但在电视环境中，我们时时都能意识到电视空间是现实空间的一个组成部分，因为，电视与受众之间不存在平等的互动，受众并不能真正地“进入”传媒的世界，他们只能听和看，很难真正按自己的愿望自由地使用电视，因此，其间似乎总有一种心理上的无形阻隔。正因为如此，受众感觉无法置身于电视之中。

而网络虚拟世界则不同，这种由人际传播和小群体传播建构起来的包围式的虚拟环境，基本上可以形成同步和平等的信息互动，并为受众提供了各种参与项目，如游戏、聊天、发送邮件等等，受众能够亲身进入虚拟环境，并按这个世界的行动方式行动。受众可以自主选择传播的内容和方式，并在自己创造和发布信息的过程中，不断体验

[美] 曼纽尔·卡斯特：《网络社会的崛起》，夏铸久等译，4页，北京，社会科学文献出版社，2001。

[美] 马克·波斯特：《第二媒介时代》，范静晔译，42页，南京，南京大学出版社，2001。

新鲜和刺激。“在网上的生活，从此地到彼地，我们的感觉就是在那个空间中移动。”这一社会能通过互动的方式建构虚拟的社会行动，建构不受时空限制的社会关系网络。而在这一社会中活动的“公民”的血肉之躯并未置身于虚拟空间，他们用符号建构着一些虚拟的社会关系，逐渐地失去了公民感、种族、民族和性别等特征。与此同时，他们在现实生活依然扮演着原来的角色，成为一种具有双重人格的人。麦克卢汉曾经说过，媒介是人体的延伸。网络传播所创造的虚拟世界，完全是人类大脑的延伸，是人想像的力延伸。

当传媒成为世界，一个现实世界与虚拟世界二元对立的时代便宣告来临。虚拟世界的出现，与现实世界形成了一种二元对立的关系。

为了深入研究人在两个世界中的心理差异，2002年末，本书作者在南京对80名经常上网的市民进行了访谈。在虚拟世界中，有许多东西是现实世界的投影。比如现实世界存在着社区，社区中的人都具有社会地位；在网络上也存在社区，社区中的人也有网络地位。有一位受访者说，人在现实世界中的社会地位在网络上没有任何意义，但在一个网络社区中也有地位的区别。他说：“一个新人看见同版面上的大侠一定会表现得很尊重的样子。我以前刚到一个版面，看见斑竹给我回帖就很激动，觉得受宠若惊。”与现实社会一样，网络也能塑造人的价值观、世界观和文化认同感。

当然，在虚拟世界中，同样也有很多与现实世界不同的东西。正如有些受访者所讲的，“网络只能作为现实生活的补充。人不能生活在网络中”。一些受访者认为，两个世界的不同在于真实性的差别。对此有两种针锋相对且势均力敌的意见：一种意见认为现实世界是一个真实存在，相比之下网络上有许多虚假的东西；另一种意见则认为，现实世界有太多的虚假的东西，人都不说真心话，而网上却常常能看到真情表白。一位受访者的意见很具有代表性，他说：“网上生活和网下生活有着极大的区别。现实太复杂，有时令人不得不逃避现实。在网上，不觉得苦闷、烦躁，每天来自各方面的大量信息就像每

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉——信息化新纪元指南》，何道宽译，8页，北京，社会科学文献出版社，2001。

天拥有一个新世界。”

绝大多数受访者都能体会到在心理层面上所感受的两个世界的不同。有些受访者说，两个世界“具体有什么区别我也说不清楚，但感觉上是不一样的。”也有受访者认为网络世界中人是匿名的，环境是想像出来的，多会向美好的方向去考虑。但也有少数人认为两个世界没什么不一样，在两个世界他们都扮演一样的社会角色。

有意思的是，很多受访者都不愿意把网上的世界与现实世界混为一谈。多数受访者把两者分得很清楚，他们承认现实生活中的游戏规则不适合网络，会被网友们笑话。他们也表示不会把网络的游戏规则运用到现实生活中去，他们说在现实生活中“认知发生模糊的现象很少”。他们的这种看法集中地体现在对网友的态度上。他们都认为最好少与网友见面。他们宁愿保留对网友的美好幻想，而不愿意在见面后感到大失所望。有一位受访者在谈到与网友见面的态度时说：“我觉得见面后再到网络上来聊，有些尴尬，都不知道说什么。”他显然体会到了两个世界的格格不入。

从上述材料中我们不难发现，网络使以之为生活方式的正常人形成了一种奇特的心理现象，那就是网络人格与现实人格的二元对立。相反，如果把网上的逻辑和生活中的逻辑混为一谈的人，就会出现上文所讲的行为错乱。面对这样的受众，用现有任何一种效果理论加以解释都不能客观地反映他们的信息接受模式。

如果说信息社会对传播学提出的是宏观的理论挑战，那么网络这一传媒则侧重于从微观的角度对传播学提出挑战。这种挑战，一言以蔽之，就是要求传播学重新认识传播中的人，并把人作为传播学研究核心，构架整个传播学的研究体系。“从某一个角度看，传播技术发展的历程就是一个人與人之间、人与组织之间的交流逐渐‘隔膜化’的过程，是作为传播过程最主要因素的个人的讯息逐渐受到技术因素和组织流程影响的过程。物极必反，今天的局势呼唤着传播还人于本来的信息面目。”

陈熾如：《以人为讯息》，见中国社会科学院新闻与传播研究所、江苏省广播电视总台、南京大学新闻传播学系合编：《全国第七次传播学研讨会论文集》，134页，2002。

第三章 经验主义范式缺陷：来自学科内部的挑战



早在 20 世纪 40 年代末拉斯韦尔为传播学划定框架之时，经验主义研究范式的长处和缺陷就已经被规定了。“实证研究在形成人们对大众传播的某些观念的同时，也为研究者的理性思考及批判精神设定了樊篱。”在经验主义范式发展的早期，经验主义研究的优势得到充分的张扬，取得了许多研究成果，从而掩盖了该范式存在的缺陷。尽管有学者指出，“一个范式也可能是一个理智的陷阱，使追随它的科学家们陷入他们可能完全辨认不出的假设之网。”但是，大多数经验主义学者都没有对本范式的科学性提出过质疑，即使批判主义者早就指出经验主义范式存在这样那样的缺陷，但都没有对经验主义范式的根基产生根本性的动摇。

然而，随着信息社会与网络社会的来临，面对它们对传播学提出

徐耀魁主编：《西方新闻理论评析》，111 页，北京，新华出版社，1998。

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，465 页，上海，上海译文出版社，2002。

的时代课题，经验主义研究范式的缺陷就暴露无余。“随着在文化与社会研究中确立媒介传播的中心位置这一颇具说服力的多学科要求的出现，传统的传播研究已经被具有重要意义的理论转变所颠覆。”从范式结构的角度来说，这主要体现在方法论与具体方法的层面，也体现在范式研究框架的层面。想要正面迎接时代的挑战，传播学的研究方法和研究框架就必须做出相应调整。

第一节 方法论的危机

经验主义范式常常把自己看作是自然科学研究方法在传播学领域的延伸，因此人们常常把经验主义范式的方法论称为科学主义方法论。然而成也萧何，败也萧何。这种科学主义的方法论对经验主义传播学取得辉煌奠定了良好的基础，但与此同时，该方法论存在的先天缺陷也不可避免地导致了经验主义范式在某些研究领域的欠缺。在传播学的研究中，我们的确需要从自然科学的角度去理解信息传播，但是如果把自然科学的维度视为唯一的和核心的维度，那么传播学研究的结构就会失衡，传播学的研究也因此背离了其正确的方向——深入研究人，研究人在传播中体现出的信息属性。

一、科学主义方法论的主张

需要首先声明的是，本节所述的科学主义方法论，指的是以近代物理学的观念为核心的方法论。在任何一门社会科学的研究方法中，科学主义方法论都占有着重要的地位，否则社会科学也就不成其为科学。早在社会科学的萌芽阶段，那种以自然科学为榜样的思想就根深蒂固。自然科学尤其是物理学在 18、19 世纪的高歌猛进，使它对人类各个领域都产生了广泛的影响。自然科学的方法也受到人们的广泛关注，并不可避免地影响到刚刚萌芽的现代社会科学。如前文所述，从社会学的鼻祖孔德开始，追求客观、精确和实证的思潮就逐渐成为

[美] 汉诺·哈特：《范式转变：大众传播研究话语中心的消解》，刘燕南、钱芹茹译，载北京，《国际新闻界》，2002（3）。

社会科学研究的主流，实证主义方法逐渐成为社会科学最主要的研究方法。

1. 科学主义方法论的具体体现

科学主义方法论在现代人文社会科学中的直接体现就是实证主义研究方法。这是一种要求人文社会科学像自然科学一样通过准确的观察、测量和统计，描述和解释研究对象特征，归纳研究对象规律的研究方法。

根据这一定义，我们不难看出，实证主义方法的本质，就是把社会科学的对象视同于自然科学的研究对象——客观存在的物。在这个方面，迪尔凯姆的观点最具代表性。他认为，社会科学的对象——“我表达思想时使用的符号系统，我还债时利用的货币制度，我在商业往来中使用的信用手段，我在职业活动中遵循的惯例等等”——“都是不依我在这些方面的意志为转移而独立发挥作用的。”

既然社会事实是客观存在的物，那么它与自然物一样是有规律可循的。在自然科学中，自然物的运动和变化是有规律的，而且这些规律是可以反复验证的，可以通过归纳和概括获得这些规律。比如，在同样的实验条件下，钠在氯气中燃烧，生成氯化钠，这一实验结果可以不断重复；而在同样实验条件下，物体的自由落体运动也可以被反复观察。因此，在实证主义看来，一切的社会现象也都有规律，这些规律是社会变量之间的因果关系和逻辑联系，是可以通过实验、调查、统计等量化的方法，用数据的方式表现出来的，而且这些社会现象会重复发生，发现的社会规律因而可以得到反复验证。从这一点可以看出，在征服研究对象的问题上，实证主义方法具有一种“人定胜天”的乐观主义精神。

既然社会事实是物，那么它与自然科学研究一样，能够排除干扰的变量，使研究环境得到简化，从而能够测量到重要变量之间的因果

[德] E·迪尔凯姆：《社会学方法的准则》，狄玉明译，24页，北京，商务印书馆，1995。

关系。比如，在研究物体匀速直线运动的时候，要尽量排除摩擦力的干扰，要对空气的阻力忽略不计，这样实验才能获得有关匀速直线运动的各种规律。因此，实证主义研究方法要求在社会科学研究中，也要尽量简化各种条件，以便观察和测量少数几个变量之间的因果关系。

既然社会事实是物，那么对社会事实的认识应该像自然科学一样具有累积性。在自然科学中，后来者总是站在前人研究的基础上，从新观察到的自然现象入手，不断补充、深入和证伪，才最后使科学的大厦变得蔚为大观。因此，实证研究也希望通过经验和理论的积累，有所大成，从微观理论，上升为中观理论，直到形成宏观理论。正如拉扎斯菲尔德所言：“必须研究具体问题，然后将许多繁琐、细致而耗时的调查加以综合，构建成更广泛的知识……最终发展出一种整合的社会科学。”

实证主义的方法通常有以下原则：

一是实在性的原则。实证主义方法最重要的原则是它的研究对象是那些客观存在的可以感知的事实，而不是经验上无法感知，无法证明其客观存在的事实，实证主义认为社会科学的任务是对可经验的社会事实的说明和描述。而其理论的真实性也必须通过经验事实来验证。实证主义哲学家马赫就主张，在科学中摒弃那些缺乏实际或至少潜在地可观察的对应物的概念。在他看来，牛顿的绝对时间、绝对空间等经验无法感知的东西没有科学价值。一些实证主义哲学家批评康德、黑格尔的先验论不科学，就是因为他们认为先验论是无法感知的，完全是一种没有科学价值的理论。

当然经验研究的范畴未必一定是那些有形的东西，也可能是一些较为抽象的概念，但这些概念可以被感知，或可以通过另一些现象被研究者所描述。比如“社会结构”或“社会分层”这样无形的概念，同样也是经验研究的对象。因为通过对某个社会不同收入阶层的观

[美] C·赖特·米尔斯：《社会学的想像力》，陈强、张永强译，69页，北京，生活·读书·新知三联书店，2001。

察，研究者可以把握和感知该社会的社会结构和社会分层的情况。

二是精确性原则。既然研究对象可以被观察，可以被描述，它也因此可以被测量，被用来证明某种客观存在的规律。比如在实验室进行的化学反应，化学药剂在色彩、气味等特性上的变化可以被观察，化学药剂在重量上和成分上的变化可以被测量，因此可以得出物质守恒定律等客观存在的规律。应该说，实证研究的结论都可以通过公式、数据加以精确的体现，误差较小。在社会科学的研究中，实证主义者 also 强调测量的精确性。他们认为，用量化的维度可以考察事物的本质。因此，测量越精确，越有可能把握社会现象的本质。尽管在社会科学领域中，测量的精确性不能与自然科学相提并论，但实证主义者一直在改善研究方法的细节，努力追求测量的精确性。

三是可重复性原则。实证主义认为，任何事物包括人和社会都受到客观规律的支配。既然社会事实是客观存在的，而且是可以进行精确测量的，那么在相同的情境下，人的行为和社会的变化是可以一再重复的。

四是价值中立原则。经验主义所提出的价值中立有两重含义：其一是研究者应站在超然的立场，不带任何先入为主的观念，也不带任何感情色彩；其二是形成的理论应是客观的社会规律，而不是主观推断的结果。

实证主义者认为，主体与客体、知者与被知者、价值与事实之间是二元分离的。因为，在自然科学中，在大多数情况下，面对受试的物体，一个光源、一根铁丝或者一只小白鼠，研究者几乎完全是超然的。因此，实证主义认为人文社会科学的研究对象与研究者之间、价值与事实之间也可以彻底做到井水不犯河水。一方面，一个人文社会科学的研究者尽管身处社会之中，仍然应该在研究中做到客观中立；另一方面，人文社会科学的研究者可以分清社会现象中属于事实和属于价值判断的部分。因此，实证主义认为，研究者可以客观地获得社会现象的规律。

从上述论述中可以清晰地看出实证主义方法的特点。

首先它能够通过科学简化的方法，把复杂的社会现象分解为一个

变量与另一个或几个变量的因果关系，用最为简单的方式描述现象的本质。在很多情况下，这种因果关系能够反复发生，有助于人们深入认识复杂社会现象背后的规律。而这些通常不是其他研究方法所能胜任的。

其次它能够通过量化的手段，对为数众多的人群、对混沌复杂的社会现象进行精确的描述。通过数字，实证主义研究往往能够发现潜藏在茫茫大众中的许多社会问题和社会规律，并能对社会发展的走向做出较为准确的预测。

最后它能够较为客观地对社会进行描述，而不是根据自己的既有经验或者逻辑推理对事物进行主观推测。在得出结论的过程中，研究者尽量保持着价值无涉——尽管这实际上是做不到的，因此研究的结果具有一定的信度。

2. 对科学主义方法论缺陷的批判

任何研究方法均有自己独到的长处，但也必然存在与生俱来的缺陷。迪尔凯姆把社会科学的研究对象——社会事实比作自然物，有其合理的成分。今天我们阅读迪尔凯姆的原著，依然会被他的精彩类比所折服。然而，从逻辑的角度来看，只要是类比，都会存在漏洞。正是因为如此，在自然科学中风光无限的经验归纳方法，在社会科学的研究中却往往会碰壁。显然，在这个领域，以近代物理学观念为核心的科学主义方法论不是万能的。

分析个中原因，这主要还是与人的主体性、社会现象的人为性有一定的关联。显然，不管从哪一个层面来讲，人与社会现象的复杂性都不是自然科学对象物所能比拟的。这主要表现在以下三个方面：

首先，人是具有复杂主体意识的动物。自然科学所研究的对象，无论是运动的物体、原子和分子还是动植物，都不具有主观意志，它们的存在具有客观性。但人不一样，正如狄尔泰所说，人类具有自由意志，而社会具有变化本质，因此人类行为不受规律约束，而且不可能预测。人通常具有思想和复杂的心理活动，这些心理活动有时在经验层面无法观察。比如人的潜意识问题，就很难被人所感知，也很难通过对应物表现出来。弗洛伊德一生都在证明潜意识的存在，可在经

验层面上，很少有人确信自己感知到了自己的潜意识。所以遇到这类问题经验主义是束手无策的，他们的通常做法是否定潜意识的存在。

人不但具有主体意识，而且这种主体意识与其所处的社会政治、经济和文化环境经常会控制、影响人们的具体行为，使人的行为变得多种多样，使社会现象变得纷繁复杂。这些多样性的行为在测量上很难重复地表现出统一的规律。实证主义研究方法在社会科学领域遇到的最大麻烦就是，研究对象的行为很难得到精确的测量，不但是因为这些行为多变，而且也是因为在复杂的社会环境中，研究对象受到干扰，因而根本无法得到彻底的简化。下述的情况是极其常见的：从一次或几次测量中概括出的规律不具有可检测性；研究结论既不能得到证实，也不能得到证伪。

最后，人是一种具有感情的动物，也是一种社会性的动物。在自然科学家面对他们的研究对象——岩石、酒精的时候，他们有可能价值中立，对实验对象几乎可以随心所欲。只要研究需要，即使是有生命的实验动物，可以被注射入各种试剂，让它们患病甚至死亡。然而，当研究对象是人的时候，情况就不那么简单了。一方面，研究者生活在特定的人类历史情境中，他是一个社会人。他的生活经历、文化素养和他所生活的时代都决定了不能像外星人那样，超然地来看待传播这种人类社会的现象。另一方面，社会科学的研究者在研究过程中往往会与研究对象有情感上的交流。“研究对象的处境、经历，以及行为、态度、价值取向，常常在社会研究者的心中产生某种‘共鸣’或‘印象’。而研究者主观上的这种情感体验，往往又会在不知不觉中影响到他对资料的反应和对研究结果的解释。”有许多学者认为研究者在人文社会科学的研究过程中基本上做不到价值中立，“如果自以为可以保持价值中立，这本身就表现了一种强烈的价值取向”。而且在某些场合下，社会科学的研究者必须重视研究对象的

风笑天：《社会学研究方法》，5页，北京，中国人民大学出版社，2001。

陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，455页，北京，教育科学出版社，1999。

权利、尊严和身心健康，否则，它将受到道德的谴责和法律的制裁。社会心理学家金巴尔多让受试的两组大学生模拟罪犯与狱警进行了一次试验，结果计划为期六周的模拟实验，还没有到一周就严重损害了受试的心理健康，实验被迫停止。为此金巴尔多饱受舆论和良心谴责，几乎断送了自己的学术生命。因此，从一部人文社会发展史来看，在社会科学研究中难以实现价值中立，相反，价值关联、价值介入的现象倒时时可见。

综上所述，实证主义的研究在社会科学中的应用范围是有局限性的，不能将其视为社会科学研究的唯一有效的方法。对实证主义方法论缺陷的主要成因，带有人文主义倾向的研究者认为，实证主义并没有充分考虑人与社会的特殊性和复杂性，尤其是人的主体性和行为的不可重复性。马克斯·韦伯指出：“认为文化科学中的一切概念都与精确自然科学的概念相似，这是一种自然主义的偏见，它因而导致了对这种理论结构的意义的误解。”他认为：“在社会科学中，我们关心的则是心理的和精神的现象，而关于这些现象的移情理解无疑是与一般精确自然科学的方案能够或力图解决的问题明显不同的。”有些人文主义学者甚至比韦伯更加极端，他们认为，在社会研究领域，像自然科学那样寻求事物之间的因果规律，根本是徒劳无益的。

实际上，实证主义的观点在自然科学中也不是万能的，连自然科学本身的精确性都受到了怀疑。19世纪后半叶，在热力学第二定律被提出之后，实证主义的观念就受到了冲击，热力学第二定律的观点——即熵的世界观认为自然界有序性和时间具有可逆性的观点是错误的，有些现象比如系统的演化是不可能被重复观察到的，因为时间的不可逆性，这些现象没有普适性只有特殊性。进入20世纪，海森堡的“测不准原理”指出，科学的测量永远不可能百分之百的精确。海森堡强调测不准的渊源在于仪器对微观粒子不可控制的干扰“我们不能将一次观测结果完全客观化，我们不能描述这一次和下一次观测

[德] 马克斯·韦伯：《社会科学方法论》，杨富斌译，184页，170页，北京，华夏出版社，1999。

间‘发生’的事情。这看来就像我们已把一个主观论因素引入了这个理论，就像我们想说：所发生的事情依赖于我们观测它的方法，或者依赖于我们观测它这个事实。”英国科学哲学家波普尔的证伪原则指出，自然科学的所谓公理和定律都不是真理，科学的可检测性在实验条件发生质的改变后便显得苍白无力。到了20世纪下半叶复杂性科学兴起以后，传统物理学的实证主义观念更是遭到来自现代物理学的全面驳难，关于这一点，本书第六章还会作进一步的讨论。

方法有缺陷，这本无可厚非。但很多实证主义的后继者显然走得比迪尔凯姆要远得多，他们梦想用实证主义的方法建构起社会科学研究的大厦，并排除其他研究方式的合法性。对此，米尔斯做出了最为激烈的反应。针对实证主义者对实证主义研究方法的盲目自信，他批评说：“物理学最近获得了发展……但是对于那些为领域更广的学术界和文化界所熟知并深刻思考的问题，人们并不认为它可作为解答。”“科学方法严格限定了人们所选择研究的问题和表述问题的方式。简言之，方法论似乎决定了问题。”针对上文所述的拉扎斯菲尔德对实证主义行为科学未来发展的设想，他尖锐地批判道：“社会科学的发展不应该像编被褥的妇女小组，每个人只缀补其中的一部分；这些零碎的片断设计得无论多么精确，都不可能如此机械外在地结合起来。”

二、传播学经验主义范式的方法论缺陷

作为科学主义方法论在传播学中的体现，经验主义范式既具有上文所述的科学主义方法论的优点，同时也具有科学主义方法论的缺陷。在传播学研究的早期，许多经验主义者认为用自然科学的立场可以解决传播中出现的一切问题，今天看来这种观点是有争议的。

有学者归纳过经验主义传播学的理论假设：“（1）整个世界是有秩序的；（2）存在个人规律与社会规律；（3）研究中的行为规律是可

[美] 海森堡：《物理学和哲学》，范岱年译，18页，北京，商务印书馆，1981。

以上三段引语参见[美] C·赖特·米尔斯：《社会学的想像力》，陈强、张永强译，14页，61页，69页，北京，生活·读书·新知三联书店，2001。

以观察和测量的；(4) 证据不取决于个人信仰；(5) 任何行为都有可以理解的原因；(6) 行为可以汇总统计；(7) 汇总统计有助于社会预测；(8) 横剖样本可以推断总体；(9) 预测导致行为规律或法则的形成。” 根据这个假设可以看出，传播学经验主义研究范式对研究主体的假设具有一定的偏颇，这些偏颇似乎阻碍了传播研究的深入。这些偏颇主要表现在以下几个方面：

1. 经验主义视野中的范式是传播研究的手段而不是目的

一切人文社会科学的最终研究目的都是研究人性，而不是除此以外的任何东西，传播学的研究也不例外。传播学可以研究传媒，研究效果，研究传媒与社会的关系，甚至在某一时期可以以之为研究的重心。但归根结底，这些研究成果无不为了更好地解释人在传播过程中体现的信息属性。

如果从这个角度来对照经验研究，经验主义范式确实存在问题。经验主义的研究目的是通过研究传媒对人的影响，进而找到提高传播效率的方法，它并没有把研究人性作为自己的终极目的。不能否认的是，传播学经验主义范式也研究人，比如研究传播者和受众，但传播者也好，受众也罢，他们都在事实上被视同于可以被精确测量和统计的且由客观规律支配的自然物体。因此，在很多经验主义的研究中，人只是得出某些社会规律的工具和手段，表现得与物一样，没有主动性可言。在实验中，他们的意义是一样的，代表着某一个或几个定量。有时代表一类态度，有时代表一种社会分工或职业，也就是说人就是一种“物”。人被等同于一种极其被动的存在物。另外，在经验主义的视野中，人就是个体或者以个体为单位组成的群体，而不是主体。阿尔都塞曾经明确地区分过主体与个体的差别，他认为个体乃自然所生，而主体则是社会和文化的产物。人是主体而不能被简单归纳为个体。

传播的参与者显然不是个体，他们是传播这一社会和文化行为的

[美] 迈克尔·辛格尔特里：《大众传播研究：现代方法与应用》，刘燕南译，35页，北京，华夏出版社，2000。

创造者和建构者。他们的行为在受到传播结构控制的同时，也在塑造传播行为和传播过程。网络的互动性传播更是对传播学提出了新的要求，它要求传播学不再把传播仅仅看作是网络控制网众的过程，而是要把注意力更多地放在传播的双主体在互动过程中对传播过程的建构。因为，在网络上，人的主体性很明显地得以彰显。也就是说，网络要求传播学把研究主体的传播行为作为目的，只有这样，才能充分理解网络时代传播的本质。忽略了人的主动性，导致的必然结果就是使传播研究脱离活生生的人和社会事实，无法解决因时代变化而带来的各种现实课题。由此可以看出，人本身就是未来传播学研究的目的而不是手段。用经验主义的“人”观来研究网络传播，注定无法解决问题。

把人当作是研究的手段而不是目的，必然的结果是无视人的主体性和复杂性，使理论研究变得肤浅、教条和表面化。无视人的主体性变化，也就会无视时代的变化及其带来的革命性的进展。在第一章本书引用切特罗姆的研究指出，以往电视和因特网的实证研究经验主义是报业和广播实证研究的翻版，造成这一结果的重要原因正是因为所有的人都被经验主义看作是相似的物，是符号。正是这种机械主义的观点，导致经验主义无法从本质上解释社会的传播现象。

2. 经验主义范式视野中的人是一成不变的

在信息和传媒面前，毫无疑问，人是不断发展变化的。人不断地创造传媒，并不断地适应传媒所带来的环境变化。在传播这个领域中，人是不断进化的，而且进化的加速度正在不断提高。

在20世纪中叶，面对正在来临的信息时代，人类处理信息的能力还比较低，在信息爆炸面前，人们还显得比较被动，所以人们才会被某些传播研究者认为是媒介射击的靶子。到了20世纪后半叶，人类就较为适应由报纸、广播和电视组成的传媒信息世界，并能很好地利用传媒的信息。在20世纪90年代初，人们面对网络世界时还多少有些不知所措，十年后的今天，网络已经成为生活中一种稀松平常的存在。到2004年，中国的互联网走过了十年的历程，再也没有人惊诧于这种媒体的存在，相反，人们已经习惯于有互联网的生活。今

天，新的媒介技术层出不穷，新媒介的创新与扩散速度很快，这在一个方面说明人们在接受和适应新媒介的能力上比以往任何一个时代都要强。可见，传播技术发展的同时，人的意识和能力也在不断做出相应调整，人的变化是非常明显的。

可是，由于经验主义范式将人归结为传播过程中几个简化和抽象的角色概念，因此，人的一系列变化也就被简化了。在经验主义范式对人的角色假设中，丝毫看不到“人的变化”这一至关重要的变量。今天的许多经验研究关于人的角色假设与20世纪四五十年代的研究假设没有什么本质的区别。这种研究假设在五十年前确实比较奏效，然而五十年过去了，人类步入了信息时代和网络时代，这种过于简化、缺乏张力的研究假设事实上遮蔽了传播学广阔的发展空间。

需要说明的是，经验主义范式并非不想考虑“人的变化”这一变量，但如果过多地考虑这一变量，就意味着要放弃自然科学的一条最根本的原则——简化原则。新经验主义（或者后实证主义）的出现正是试图要改变经验主义落后于时代发展的人性的假设，但只要它还坚持走自然科学的道路，那么它就完不成这一艰巨的任务。

3. 经验主义范式视野中的人类行为是相似的

在传播过程中，人的行为显然是复杂和多样的：人与人的行为可能完全不同；在不同的时间和地点，同一个人的行为可能完全不同；在社会群体中和单独条件下，同一个人的行为也可能完全不同。可以说，几乎每一个体收受与发送信息的方式都是不一样的，同一个体在不同的情境下收受与发送信息的方式也是不一样的。在这个方面，人比一切自然物都要复杂得多。

不仅如此，对于一个传播过程中的人来说，他不仅是一个行为上的特殊存在，而且也是一个文化上的特殊存在。与任何的物不同，人具有思维活动，这种活动不像物的运动那样有着可以探究的客观规律，相反，多样性和丰富性才是这种活动的唯一规律。与任何的物不同，人除了生活在自然世界中，还生活在文化世界中，他具有独特的文化素养，因此卡西尔才会把人定义为“符号的动物”。

对于这一点，经验主义总是视而不见。经验主义之所以把人的行

为看作物，看作是传播学研究的一个可测量的指标，在很大程度上是因为他们认为人是相似的，都是用理性行事的动物。在经验主义看来，通过研究个体的人足以推知所有的人。传播学的经验主义在人的研究上一贯奉行个体主义。它往往把个体放在某种特殊的实验情境下进行研究，并从研究的具体结论中推知整个人类的传播行为。这种做法当然有利于简化复杂条件得出结论，而且对自然科学的多数领域来说是可行的，但搬用到传播学的研究上，真理就变成了谬误。对此，阿多诺指出：“实证性实际上是把人和物都归结为可能测量的‘原子’，从而在认识范围中排除了它们的质的区别。”

在传统媒介的社会中，大众传媒的社会控制使人们在观点、态度和行为上的多样性无法得到充分的展现，经验主义研究相对容易操作。而到了网络世界，当人们的个性充分展现出来时，经验主义研究尤其是量化研究就变得十分困难。

4. 经验主义范式视野中的人是价值无涉的

人在认知、道德、情感诸领域渗透着特定的价值观，可能是人区别于一切物体的根本所在。传播中，价值观无时无刻不在，无论是引导、劝服还是暗示，都充分表现出传播行为本身是一种价值关联的活动。传播学研究在对人的传播行为进行解释时，无法规避价值问题。

在经验主义看来，既然人是研究的手段，那么人的价值观也就可以被忽略。研究者就可以做到价值中立，研究也就变得更加科学。当然，面对某些课题，将价值观放在一边进行研究，确实可能得到一些较为客观，具有规律性的研究成果。但是从全局看，完全规避价值问题将无法对传播行为进行合理的解释，从而导致传播学忽略一些真正重要的问题。在这个方面，经验主义确实有明显的缺陷：“在有些问题上，也就是在人类社会的事务有着与自然科学领域相类似的精确性、应用性和预见性的问题上，经验主义传播学的优势比较明显；而在另一些问题上，也就是诸如价值、意义领域，传播和社会秩序之间的关系等问题——它们突现了人类的能动性和由之构成的社会的复杂

性上——经验主义传播学的方法和前提是不充分的，有缺陷的。”

在网络传播这样个人化的传播方式中，主体价值观的作用往往是决定性的。在多元化的信息社会，信息对人的价值和意义，人的价值观对传播的影响等重要的问题，乃是传播学的“必答题”；而在经验主义范式的框架中，无论怎样作答，都有违其价值中立的立场。可以说，在这个方面，经验主义不仅“不为”，而且“不能”。

其实，从传播思想史的角度来看，在 70 年的发展历程中，经验主义并不是没有意识到上述这些研究缺陷。也许正是为了掩盖这些缺点，它只能回避人的主体性和价值性，把人性因素设定为永恒不变的定量。然而人的主体性和价值性最终是不容回避的。

三、经验主义量化研究方法的缺陷

科学主义倾向在人文社会科学研究方法中的具体体现是量的研究。由于经验主义是一种带有科学主义倾向的研究范式，所以量化方法论也就理所当然地被经验主义者所采纳。早期经验主义者通常认为只有客观的、实证的和定量的研究才符合科学的要求，才具有价值。实证的和量化的研究对传播学意义重大，没有这些方法，传播学就只能停留在主观臆测的水平上。但是过于侧重量化的手段，把人文社会科学研究的数量统计完全等同于自然科学研究的数理统计，就有可能走向事物的反面。经过不断的反思，近些年来，随着复杂性科学方法的不断涌现，量的研究方法出现了质的变化。可以说，复杂性科学让量的研究方法在人文社会科学中获得了新生。

1. 传播学量化研究的兴起

所谓量的研究，指的是对某一事物可量化的部分进行测量和分析，以检验研究者关于该事物的某些理论假设的研究方法。量的研究是自然科学研究较为重要的特征之一，通过数量的计算和代换，自然规律得以清晰地展现在人们的面前。因此，有学者认为，数字和公式是科学发展的最高层次。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，222 页，上海，复旦大学出版社，2000。

实证主义者非常重视量的研究，认为只有量的研究才能体现出研究的精确性和确定性。“定量化常常使我们的观察更加明确，也比较容易将资料进行集合或总结，而且为统计分析提供了可能性，从简单的平均到复杂的公式以及数学模型。”甚至有人认为，没有量化，人文社会科学“就只能停留在印象主义的臆想和未经证实的见解这样一种水平上”，“因而也就无法进行重复研究，确立因果关系和提供证实的通则。”

自孔德以后，实证主义的工具制造者们一直试图制造出各种有效的测量工具，使复杂的行为和社会事实变成可统计的数据。自上个世纪中期以来，这种强调数据的测量与计算，强调信度和精确性的研究方法就得到了越来越多研究者的肯定和青睐，并逐渐形成气候。在迪尔凯姆那里，文献定量分析已经作为一种重要的论证手段，在社会学中得以应用。

20世纪40年代以后，由于得到数学发展的支持，量的研究在西方尤其是美国取得了长足的进步，量的研究的代表性方法如实验法、调查法和内容分析法都取得了突破性的进展。这些新工具的出现催生了一大批人文社会科学的研究成果，这种方法的应用和理论观念的创新被认为是人文社会科学研究的一次革命性发展。自此以后，实证主义的量的研究方法就成为社会科学研究的主流方法，不但在行为科学中颇具影响，而且对典型的人文科学如历史学、文艺学等也产生了重要的影响。

传播学的量化研究方法开始于20世纪30年代，当时，查特斯发表了一系列有关电影对青少年儿童影响的定量研究结论，史称“潘恩基金研究”。而在拉斯韦尔与坎特里尔的研究中，定量研究方法也得到较为广泛的应用。但是，传播学定量研究的方法并没有因此得到普及。主要的原因是测量工具还不足够科学，另外这种研究的成本相当

[美] 埃尔·巴比：《社会研究方法基础》，邱泽奇译，25页，北京，华夏出版社，2002。

转引自风笑天：《社会学研究方法》，10页，北京，中国人民大学出版社，2001。

惊人。

然而，在不到 20 年的时间中，经过盖洛普、拉扎斯菲尔德和霍夫兰等人的不断发展和完善，量化的方法逐渐成熟。不久以后，量化的手段对解释传播现象与理论做出有目共睹的巨大贡献，并很快便成为传播学经验主义范式最主要的研究方法。包括“伊利调查”、“陆军实验”等研究个案，不仅对传播学具有重要的理论意义，而且对科学主义方法论的完善也有重要的意义。从此以后，传播学就走上了向量化研究发展的道路。

随着经验主义范式的不断繁荣，量化研究的地位几乎无与伦比。在拉扎斯菲尔德等人的引导下，量化的方法变得越来越复杂，越来越细致，对于统计分析方面的要求越来越高。这些年来，不能采用量化研究方法进行传播学研究的学者，常常被看作是非科学的和研究缺乏信度的研究者。“尽管对其他方法（尤其是定性方法）的兴趣在逐渐产生，但定量研究发展势头直到 1990 年代初期仍持续不衰。”

如今，随着复杂性科学对量化手段的发展，传播量化研究有了新的发展，关于这一点，本书第八章进行专门的讨论。

2. 量化研究的缺陷

经验主义的缺陷在量化研究上表现得很明显。对于传播学而言，量化研究主要有如下三个难以克服的局限性：

其一，量化方法的效用在传播学研究中效用是有限的。自然科学所面对的多是遵循自然规律运动变化的物体，它们一次次地重复某一物理或化学的过程。但传播学的研究对象却是人、群体和社会，不是抽象的概念和符号化的人，而是活生生的人，他们的行为和心理在多数情况下不会完全重复。传播学不仅研究可观察的客观事件，而且也研究事件对人们的意义。在传播行为中，许多涉及人的情感、意志和有价值的内容是无法用数量来加以统计的。这就导致经验主义割舍了这方面的研究。正如 Klaus B. Jensen 和 Nicholas W. Jankowski 所说，

[美] 迈克尔·辛格尔特里：《大众传播研究：现代方法与应用》，刘燕南等译，30 页，北京，华夏出版社，2000。

经验主义传播学“一味用量化形式的测量成果回答提出假设/演绎模型的问题，无法完全检视许多重要的研究问题”。这种割舍有时是致命的。有的传播学者硬着头皮用量化的方法进行这方面的研究，结果不能令人满意。施拉姆在其一项电视实证研究中通过量化的方法得出的最后结论是：“对于某些情况下的某些儿童而言，某些电视是有害的。对于同一情况下的其他儿童而言，或对于其他情况下的同类儿童而言，电视可能是有益的。对大部分情况下的大部分儿童而言，大部分电视或许既不是特别有害的，也不是特别有益的”。该结论只能表明，经验主义对这个问题其实束手无策。在以信息人为传播核心的网络传播中，传播变得空前复杂和泛化，割舍对人的某些研究有时意味着研究难以为继。

其二，量化研究的某些方法必须在控制的情境中进行，因此研究的结果往往与现实不符。量化研究追求的是完全客观真实，因此只有研究在自然状况下的主体才能得到这样的结论。然而事实上，很少有一种定量的研究方法可以做到这一点。一个最明显的例子就是关于传播效果的一系列实验。由于处于实验状态下，受试者的表现会与日常生活有所不同。比如关于媒介暴力的研究，有学者指出，在实验环境中，受试表现出了更明显的暴力倾向，因此关于暴力倾向的量化研究往往夸大其辞。不要小看这种夸大所带来的误差，著名的霍桑实验就是一个教训。而在调查受众对传媒的态度问题上，完全自然的情境也同样是可遇而不可求。调查者在场，会影响调查对象对于问卷的填写；而调查者不在场，又会影响问卷的回收率，从而破坏随机抽样的原则。在现实社会，这样的情况就很突出，在网络这样一个虚拟社会中，情境的还原就更难做到。

其三，量化研究在告诉人们传播现象“是什么”的问题上十分有

[美] Klaus B. Jensen & Nicholas W. Jankowski: 《大众传播研究方法——质化取向》，唐维敏译，1~2页，台北，台湾五南出版社，1996。

参见殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，70页，上海，复旦大学出版社，2000。

效，但在告诉人们传播现象“为什么”发生的问题上还存在着诸多不足。量化研究的方式善于通过数据描述事实，但由于它将研究的对象“物”化，因此它很难深入了解研究对象的内在驱动力，从而在解释“为什么”的问题上常常不够深入。回答“是什么”固然十分重要，但不从研究对象本身的复杂心理和行为入手，去理解研究主体的行为动机，常常会使研究成果显得很肤浅。使用与满足现象的研究就充分地说明了这一点。由于采用了定量研究的方法，该假说在现象描述上是成功的，可对于这种现象的系统理论研究却是不足的，以至于这一假说到目前为止还不能被称为真正意义上的理论研究。在网络上，随着匿名等一系列的新问题的出现，经验主义甚至在其拿手的“描述现象”方面都举步维艰，更不要说从“为什么”的角度去分析问题了。

从假设到方法，上述这系列的问题都是经验主义传播学的弱点。这些弱点显然对传播学的整个学科建设都有影响，导致传播学研究的失衡。很明显，传播学如果还想有长足的进步，从而顺利地应对信息社会所提出的时代课题，就必须超越传统的经验主义范式。

第二节 范式研究框架的危机

传播学经验主义范式的研究框架是由传统的结构功能主义的思想支撑起来的。这种研究思想始于英国著名社会学家斯宾塞，在美国社会学家帕森斯手中渐成体系。传统结构功能主义者习惯于把社会看作是一个由相互依赖的部分组成的系统。在帕森斯看来，“社会系统乃至整个行动系统都面临着一些大致相同的基本功能要求，满足这些要求是系统生存的条件，而这些要求是通过系统内部的结构得到满足的”。作为传播学奠基者之一的拉斯韦尔是一个典型的结构功能主义者，他为传播学划定的框架，正是建立在结构功能基础之上的。他把传播看作是一个类似于各种生物体的系统，认为传播是为了满足人

贾春增：《外国社会学史（修订本）》，229～230页，北京，中国人民大学出版社，2000。

们的某种社会需求（传播的三大社会功能）而存在的，而这种需求可以通过传播的过程和结构得到满足。

结构功能主义者尤其是帕森斯的理论在 20 世纪的后半叶成为社会学家们批判的对象，他们指出，不能用满足某项功能需求来定义特定的项目，特定功能并不能决定特定的结构，即使一个系统有某种特定的功能，也不能认为它就一定会要求出现一种特定的结构，任何一种功能总是可以由多种替代结构来实现。他们暗示，用这种方法进行社会研究，导致的必然结果是“过分注重社会系统的稳定和秩序，只强调均衡，看不到冲突，无法解释社会变革现象”。很显然，这一批评也同样适用于拉斯韦尔的框架。

如果社会结构发生了变迁，就意味着拉斯韦尔的理论需要修正，否则，许多新的传媒功能就无法进入传播学研究者的眼帘，从而导致研究的停滞。

一、拉斯韦尔模式的危机

早在 1948 年，拉斯韦尔就在《社会传播的结构与功能》一文中，从政治传播的角度提出了传播的三大功能：“1. 环境监测、揭示那些会对社会及其组成部分的地位带来影响的威胁和机遇；2. 使社会的组成部分在对环境做出反应时相互关联；3. 传递文化遗产。”根据这种传播功能的分析，拉斯韦尔又从结构的角度提出了“五 W”模式，用以形容传播的结构。这一线性的传播模式便成为了传播学经验主义范式的研究框架。

虽然后来者不断对这一结构功能主义观的产物进行修补，如查尔斯·赖特提出的娱乐功能说以及大量传播学家提出的形形色色的改进型的传播模式，但并没有动摇这一研究框架的主体。其实，这个模式早就应当得到彻底的检讨，因为无论是功能还是结构，这个模式都有

贾春增：《外国社会学史（修订本）》，234 页，北京，中国人民大学出版社，2000。

[美] 拉斯韦尔：《社会传播的结构与功能》，见谢金文译，张国良主编：《20 世纪传播学经典文本》，210 页，上海，复旦大学出版社，2003。

着根本性的缺陷。

1. 拉斯维尔功能理论的危机

从功能的角度来说，拉斯韦尔及赖特提出的功能显示出了传统结构功能理论的典型特点，那就是把功能更多地看作是显性功能和正面功能。传统的结构功能主义认为，所有标准化的社会或文化形式都具有积极的功能。对此，后期的结构功能主义者默顿提出了不同的看法。他曾经指出，过去的结构功能主义过多地集中于显功能，而忽视了潜功能的存在，因此他提出结构功能新范式要注意多研究潜功能。另外，他还指出，不应假定所有制度化行动模式都具有促进系统调适的后果，它们很可能具有减少系统调适的后果，即反功能。

默顿和拉扎斯菲尔德在一篇 1948 年撰写的论文中指出，传媒有三种功能：赋予社会地位；强化社会规范；反面的麻醉功能。这三个功能的前两个功能可以看作是传媒的正面功能。在拉扎斯菲尔德和默顿看来，一方面，一个人的言行能够被大众传媒进行传播或者承认，表明了这个人的所作所为是重要的。所以是传媒赋予这个人以相应的社会地位和声望。另一方面，一个人的言行若是偏离了社会规范的轨道，传媒会将之公之于众，给违规者施加压力，使之遵守社会规范。值得重视的是，拉扎斯菲尔德和默顿的研究第一次提出了传媒可能存在的负面功能。在大众传媒笼罩下，“被告知并对其产生兴趣的人们可能了解了一些社会问题；但他们并没有认识到，自己未能做出决定，也未能采取行动。”大众传媒将人们的精力“从主动参与转为被动获知。”

应当承认，默顿的看法极其正确，今天更多令学者们关心的话题，恰恰就是传播的负面功能和隐性功能。在网络社会中，传播的负面功能和隐性功能表现得十分明显，而按照拉斯韦尔的视角，这些功能本不在研究之列。

这里还想强调，传统结构功能主义一个很重要的缺陷就是先验地

[美] 沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德：《传播理论：起源、方法与应用（第四版）》，郭镇之等译，355 页，北京，华夏出版社，2000。

设定了研究对象的正面功能和显性功能。拉斯韦尔对传播的功能描述从一开始就是有漏洞的，而因此推出的传播的结构也是不科学的。当社会发生变迁的时候，拉斯韦尔的模式显然就会缺乏解释力。我们无意苛求这位功不可没的开拓者：任何天才都不可能超越历史条件的局限，穷尽研究对象的所有功能——包括现有的和未来将要出现的，现在十分显眼而以后将消弭的。很可惜的是，作为结构功能主义传播学的传人，赖特并没有意识到老师在这个方面的框架性缺陷，而只是在原有框架上做了一些补救工作。这些补救显然无法挽救拉斯韦尔模式在功能论上的危机。先验的功能是无法用来合理解释结构的，相反，只有合乎实情的结构才能作为解释功能选择的原因。从这一点上看，拉斯韦尔的框架有一点儿因果倒置的味道。

2. “五 W”结构的危机

从结构的角度来说，李金铨认为拉斯韦尔的研究模式忽略了三大问题：“第一，它全然不顾社会制度如何铸造、影响媒介。媒介的存在被视为当然。第二，这‘五 W’里头独漏 Why，或 with what intention，或 for what。传播行为的动机又可细分为两个层次：一是受众的心理动机，即他们为什么使用传播媒介，企图满足什么需欲；二是传播组织的社会文化动机，即发明、创造把持先进传播科技的社会团体（如政党、财团）究竟想用它作何用途。第三，拉氏的定义也不包含回馈（feed back）或‘谁说话’（who tells back）的问题，传播成为单方向而非双向的行为。尽管以后有学者将‘回馈’安插还原到公式里，似乎也只聊备一格，缺乏认真的研究。”

拉斯韦尔的“五 W”模式是一个传统的结构功能主义模式，传统结构功能主义强调“人是由他们生活于其中的社会结构形成的”。因此，在拉斯韦尔的模式中，传播者与受众的角色是由结构决定的，人的传播行为和接受行为是由它们在模式中扮演的角色所决定的。根据这种观点，在不同社会条件下的传播都是一样的，不同人的传播也

李金铨：《大众传播理论——社会·媒介·人》，19页，台北，台湾三民书局，1982。

都是一样的。个性化和主体性被简单地扼杀了。对于传统结构功能主义的这个主张，默顿作了部分的否定，他主张，“人们可以对他们的行动进行某些选择，但是这些替代物是按规则的要求由社会建立起来的”，“行动者既不是按自由意志行动的人，也不是其行为完全被预先决定了的自动的机器人”。由此可见，传播过程中的结构固然很重要，但绝不像拉斯韦尔说的那样对人的行动有决定性的作用。拉斯韦尔的 mode 从一开始就将人设定为结构的被动的产物，这就决定了经验主义传播学研究的基调。

进一步说，拉斯韦尔的这个结构也是不完整的。作为结构中一个不可或缺的也许是最重要的组成部分，社会环境的影响竟然不在传播的要素之列。“五 W”模式对人类社会的认识似乎较为肤浅，这种观点不是将社会看作是一个一成不变的理想存在，就是将社会看作是由原子式的个人堆砌而成的集合体。除了漠视社会环境这个要素外，拉斯韦尔还忽略了人的价值取向和内在需求对传播的影响。传播者具有什么样的价值观，他传播的直接目的是什么，他因此选择了什么样的传播方式——包括采用了什么样的表达方式等，这些内容都会对传播的整个过程产生深远的影响。同时，受众具有什么样的价值观，他接收传播信息的目的是什么，他因此选择了什么样的接受方式——如收听收看的场合和情境，这些内容也会在很大程度上改变传播的效果。所以拉斯韦尔这个看似简洁明快的模式，简化了许多其实不能简化的内容。

李金铨未提及的更严重的问题还在后面。应当看到，正是因为“五 W”模式被奉为圭臬，经验主义范式才无法真正成为一个完整的体系。如第一章所说，在一个线性的模式中，每一组成部分都是自成一体，它们彼此独立，很难围绕某一个中心问题进行研究。因此，经验主义范式发展不出富有创新活力的核心理论，经验主义范式不成体系也就成为一种必然。

本段三处引文引自 [美] 玛格丽特·波洛玛：《当代社会学理论》，孙立平译，35 页，北京，华夏出版社，1989。

随着信息社会的来临，在一定意义上，传播正在成为社会的核心，它的结构和功能都发生了相应的改变。“今天的大众传播是我们的体制结构的一个中心部分。也就是说，虽然媒介自成一个行业，但它们已经深深渗透到我们社会的五个基本社会体制之中。例如，由于它强调工商业服务和产品，它们是经济体制的中心部分之一。由于它们增加了在选举过程中的作用，用于报道各种听证会和注重政府新闻，它们成为我们政治体制中的一个重大特征，由于它们强调供家庭消费的娱乐和通俗文化，它们不可辩驳地成为我们家庭体制的一个重要组成部分。对许多人来说，电子媒介布道已经成为宗教体制的一个重要部分。在有限的程度上，它们也成为我们教育体制的一部分。简而言之，媒介已渗透到我们社会的体制核心。”

信息社会带来的冲击已经改变了社会传播的结构，传播的功能也因之发生了深刻的变化。然而，目前传播学教科书在谈到传播的功能时，依然沿用的是 20 世纪 40 年代传播学家们的结论。除非是熟视无睹，否则传播学的研究者怎么能说传播学不面临危机。

二、传播的经济功能研究

下面要探讨的正是随着时代发展而日益显现的传播功能。本书的目的是通过论述传播的经济功能，强调传播的功能会因社会结构的变迁而不断产生。我们不应当遵循功能决定结构的观点，否则就不能解释传播的经济功能和传媒的经济形态。

在常人看来，传播的经济功能是显而易见的。比如传媒通过广告盈利就是典型的经济功能，广告大战已经作为现代经济的晴雨表而成为全球经济一道绚丽的风景线。但传播学的奠基者们在他们的著作中并没有提及这个话题。

较早提出经济功能假想的是施拉姆。20 世纪 80 年代，施拉姆已经注意到“四功能”说的局限性。他在《传播学概论》一书中这样写道：“没有任何经济学家以类似的专一性写过关于经济体系中传播功

[美] 梅尔文·德弗勒等：《大众传播学诸论》，杜力平译，140 页，北京，新华出版社，1990。

能的文章，但是，从一些像博尔廷这样的经济学家的著作中，还是有可能拼凑出一套经济功能的。”可以看出，施拉姆已经注意到了传播的经济功能，但似乎是由于他自身知识结构的局限，他只能期待一位经济学家来揭示传播的经济功能。然而始终没有人专门来承担这一使命。所以作为传播学家的施拉姆只好亲自动手把一些与传播的经济功能有关的资料加以整理，提出他认为的传播的经济功能：“首先，传播必须满足绘制环境的经济图表的需要，以致每个人和组织就能构成自己对在特定时刻的买和卖的机会的印象。这种印象的一部分将通过广告完成，一部分通过对价目表和生意的分析完成。其次，经济政策必须或则是通过个人和组织，或则是通过国家起关联作用。市场必须加以管理和控制，制造商、商人、投资者和消费者必须决定怎样进入市场。最后，必须提供技术方面的指导和对经济行为的展望。”

在施拉姆的启发下，美国的一些传播学家提出了传播的经济功能，有的干脆直接认定传播的经济功能就是传播的广告功能。这种观点自有一定的道理，因为当时传播的经济功能就直接体现在广告传播上。然而，进入信息社会以后，传播在经济结构中所扮演的角色越来越重要，传播的经济功能变得越来越令人瞩目，传播经济功能的内容显然已不能用广告来概括了。我国的学者对传播的经济功能也做过一些研究。比如在谈到传播的经济功能时，就有学者指出传媒是一种生产力，是一个生产部门；有的甚至论及传播的经济功能体现着人类生产活动的最终目的。本书强调的是，在信息经济中，传播所扮演的是一种双重角色，即作为经济结构组成部分的传播业与作为经济驱动力的传播手段。

1. 作为经济结构重要组成部分的传播业

古典经济学不主张将传媒这一类部门视为可创造经济价值的生产部门。然而在实际的运作中，西方的传播媒介早就是产业的重要组成部分

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，32～33页，北京，新华出版社，1982。

同上书，33页。

部分，是生产力的要素之一。“新闻媒介一开始就成为资本主义经济繁荣的原因之一，到20世纪，它成为资本主义经济发展更重要的组成部分。”与一切产业一样，传播业以尽可能低的价格来尽可能多地生产同一产品的复制品，并通过这一方式获取最大利润。英国学者费斯克专门指出，电视的营利存在着两个流通阶段：第一阶段是制版厂商（生产者）生产出电视节目（商品），然后卖给电视台（消费者）；第二个阶段是电视台将观众作为“商品”卖给广告商。其实，这种两次流通的盈利模式几乎适用于一切大众传媒，并构成它们的生产方式。

尽管传媒作为一种产业，始于工业社会，其重要性的凸现却是在信息社会出现以后。在信息社会之前，人类有史以来的生产主要是围绕最基本的物质生产资料开展的。然而在信息社会和网络社会，最基本的生产资料已不仅仅是物质资源，而更多地体现为生产者头脑中的知识与信息。从价值上看，知识和信息资源的重要性远远超过物质资源。“在工业发展方式里，生产力的主要来源在于引进新能源，以及将能源的使用扩散于整个生产与流通过程中的能力。在新的信息发展方式中，生产力的来源在于产生知识、信息处理与象征沟通的技术。知识和信息无疑是一切发展方式的关键因素，因为生产过程总是奠基于是某个水准的知识，以及信息处理过程。”与工业社会最重要的资源相比，信息这种经济资源具有无限性和可再生性的特点。工业社会及其以前的社会，生产资源具有有限性和不可再生性的特点，人类到目前为止都没有就这一问题找到解决途径。而信息资源在传播过程中却可以被多人反复使用，而且可以不断增殖，创新。生产方式的改变，使文化产业和信息产业成为社会最重要的产业之一。

从广义上讲，信息产业包括信息设备制造业、信息服务业、信息

[美] J·赫伯特·阿特休尔：《权力的媒介》，黄煜、裘志康译，144页，北京，华夏出版社，1989。

[美] 曼纽尔·卡斯特：《网络社会的崛起》，夏铸久等译，20～21页，北京，社会科学文献出版社，2001。

生产业和信息传输业四部分。其中信息生产业主要是指信息和知识产品的制造；信息传输业和服务业包括三大媒介与电话、数据通信等等。信息产业将是 21 世纪的主导产业之一，它将在国民生产总值中占有很高的比重。在所有的信息产业中，信息传播业的重要地位是毋庸置疑的。因为知识的应用是一个信息传播的过程。知识以信息的形态被作为一种资本投入到生产中去。因此在信息社会，信息传播业是信息产业的核心经济资源。此外，除信息产业外的其他主要产业的生产都必须围绕信息传播的各种手段进行，使信息传播业在信息社会的经济结构中扮演着无与伦比的重要角色。

现代信息传播业的直接收入来源很多，其中包括：直销——如音像产品的购买；租赁——如租赁光碟；订购——如订阅报刊和相关网络服务；使用费——如电影院的门票；广告——收益最多且最为传统的收入方式；辛迪加——如电视节目制作公司向媒体出售节目；版权费和公共资助等等。这些收入使媒体集团成为利润较高、产值庞大的产业。

需要强调的是，现代信息传播业有着广阔的市场，关于这一点可以从两个方面去理解：

一方面是受众的消费，这主要是一种精神产品的消费。在现代人的生活中，传媒产品作为一种消费品，与物质消费品同等重要。比如阅读报纸书籍或电子报纸，收看电视或可视光盘，接受教育等等。今天，随着生活水平的提高，受众倾向于更多地通过传播实现对信息产品和高科技产品的消费，这是信息社会中最发达产业的主要产品。正是这种消费，进一步刺激了信息经济的增长。目前，这种消费无论是在国外还是国内，都可以说是处于一种刚刚起步的阶段，它已经占有了很大的销售额，但还将有更为广阔的市场。当然从另一个意义上讲，对知识产品的消费，如接受教育，本身就是一种投资。消费者在阅听知识产品时，获得知识，从而完成新的投资。

另一方面是传播者的消费，这主要是一种传播技术上的消费。由于必须顺应时代潮流，不断改进传播技术，所以大众传媒本身在进行消费。这种消费从某种意义上讲也是一种新的生产投资，有助于传媒

创造更多的利润，从而促进传媒生产力不断提升。

2. 作为经济驱动力的传播手段

人们不但看到传播作为信息产业一部分所体现出的经济功能，而且也看到传播对经济发展的重要推动作用。有学者把传播定义为“传播是指一个社会不断创造新的生产、流通和消费状态，并使属于这些状态的社会关系与之相适应”，并指出“传播手段不仅仅是生产力内部的一个范畴：它传递和构成了生产关系，它维持和加固了生产领域的一般状态和特殊状态”。当然，显而易见，传播也是一种重要的生产工具，因此，在经济生产的各个环节上，信息传播手段都发挥了重要作用。

(1) 生产功能

当前，信息传播手段往往直接作用于生产，并已成为生产中决定性的因素。笔者认为，信息传播手段在两种情况下可以直接转化为生产的动力。

一是改进传播手段，促进产业发展。作为产业部门与外界联系的桥梁，信息传播的作用不可忽视，今天，信息技术越来越先进，为了进一步提高生产效率，各企业都在信息技术上不断加大投资力度。没有这些技术手段的支撑，某些产业尤其是高科技产业就无法在最短的时间内获得最准确的信息，从而很难应对市场的挑战。更有甚者，今天的某些企业，几乎完全依靠传播进行经营。传统意义上有固定生产地点、固定产品和固定人员的企业模式完全被一种无形的建立在信息传播上的新模式所取代。这种虚拟企业发展极快，它所要解决的根本问题是传播成本的大规模投入以保证企业的信道畅通无阻。在这个意义上讲，传播手段就是生产力。

从社会的宏观角度来看，随着经济全球化进程的不断加速，信息传播业的协调作用变得越来越重要。没有传播的参与，全球化的生产是不可能被协调起来的。现在的全球经济一体化如沧海横流、惊涛拍岸，全球性的生产关系，在很大程度是建立在传播基础上的。

陈卫星：《传播的观念》，375页，377页，北京，人民出版社，2004。

二是提高各种产业从业人员的素质。那就是通过教育传播培养信息社会所需要的高素质的管理者、研究开发者、劳动生产者、营销者等等，经由他们影响整个生产。以劳动生产者为例。作为生产的主体，劳动生产者的能力直接影响着整个生产的效能。我们不难发现，由于在信息社会中，知识和信息成为最重要的资源，所以一般说来，劳动者知识层次越高，企业产品的知识含量就越高，企业就越容易在竞争中取得好的效益。从这个意义上讲，传播决定了信息社会中最重要资源，传播的成功尤其是教育传播的成功与否直接决定了信息经济甚至是未来人类经济的发展。

(2) 分配功能

“传播本身就是一种分配。”许多研究者是这样看待传播的。在本书看来，在信息社会，传播的分配功能主要体现在以下两个方面：

其一是从分配的形式来说，这一功能体现在可以通过信息传播的方式进行分配。

由于网络的普及，目前主要利用有形货币进行分配的分配方式将逐步被利用信息传播进行分配的方式所取代。既然信息的流通能够取代有形货币的流通，使得流通变得更加便利，那么通过信息进行分配自然也比通过有形货币进行分配要来得便利。以前非常繁琐的分配核算和发放工作，现在可以在计算机网络上以目前可以想到的最快和最方便的方式去完成，其间的成本也大大地降低了。

其二是从分配的内容上看，这一功能体现在按照获得传播信息的多少来进行社会分配。

资源决定着分配。在农业社会中，谁占有土地，谁就能在分配中占有绝对优势；在工业社会中，谁占有资金、机器和厂房，谁就能在分配中占有绝对优势；而进入信息社会，信息和知识成为最重要的资源，谁占有更多的信息和知识，谁就能在分配中更占有优势。

在信息社会，以脑力劳动为主的知识产业、高科技产业等等将是劳动者向往的生产岗位，因为这些岗位环境好，薪水高。但是，分配的取向决定了只有占有最多知识的那一个阶层才能从事这些工作。掌握最新最尖端的信息成为这一阶层的特权，这一阶层也将掌握最多的

财富。在信息社会中获取知识的手段有许多种，比如通过课堂教育获取知识，通过大众传播媒介获取知识等。而这些求知方式说到底都是一些信息传播的手段。可以说，谁能更好地利用各种传播媒介，谁就能更多地掌握知识。所以从这种意义上说传播将决定未来社会的经济分配。

(3) 交换功能

马克思在他所从事的政治经济学的研究中考察了交换的运动过程，他认为作为一般等价物的货币在生产中通过形态的变化最后达到增殖的目的，而交换是其中“惊险的一跃”。其实交换也是生产与消费之间的媒介要素。在漫长的岁月中，交换所使用的媒介形式在不断发生改变。进入信息社会，这种变化达到了极致，货币的形式具备了由有形的物质变成了无形的电流和数字的条件。取代有形货币进行流通的正是某种形式的信息传播。

由于货币职能的特殊性，要让电流和数字成为一般等价物为时过早，许多问题目前甚至在以后相当长的时期内都无法解决。但要让信息传播在交换中具备流通功能，却已不再是幻想。有形货币越发显示出它昂贵的成本和交易中的不方便。首先是以往被忽略的货币本身的成本被发现，比如发行货币，搬运货币，都需要付出一定的成本。其次，一个可以想见的事实是，如果在信任度等问题有所保障的情况下，资金的输出方和输入方只需通过网络在很短时间内就可以完成一次交易，那么还有谁愿意使用有形货币进行流通。如果信息传播的货币职能得到充分的发挥，不但会大大降低交易成本，甚至是企业运作成本，而且能使一些生产和商务步骤得到切实的简化。无形货币代替有形货币，不可避免会有一些负面影响，但它的进步是不容否认的。

实际上，通过信息传播进行商业交换已经被广泛应用，比如电子商务。虽然这样的流通目前总量还不到有形货币流通的十分之一，但通过某种方式的比较，人们认为货币流通的速度大大加快了，这种速度的提高在3倍以上。运用网络传播进行电子商务目前前景十分看好。值得一提的是，信息传播这种流通形式完全有可能成为主要的流通形式。随着网络等媒介的日益发展，一系列信息传播化的金融体制

将很快形成。

传媒的出现还改变了交换的场所——市场的概念。市场在一般人看来是一个空间上的概念，然而传媒却使之变成了一个信息层面的概念。赫伯特·阿特休尔在《权力的媒介》一书中提出了一个观点：媒介即市场。他试图证明这样一个道理，大众传媒本身就是一个符号化的市场，交易在这个符号化的市场上已经开始。在阿特休尔的时代，信息市场和一般的市场是两个不同层面上的概念，在信息市场上获得的信息必须在一般市场上才能真正实现。然而，随着电子商务的普及，传媒所构建的市场在功能上已经具备了替代空间意义市场的可能性。

（4）消费功能

在信息社会，消费因广泛的传播变得更加方便。从消费方式上讲，电子购物等新的购买方式的出现，使顾客在购买消费品时比以前更具有主动性和便利性；从消费信息上讲，传媒及其广大的广告宣传系统，将大量的消费信息传播到受众那里，帮助受众进行消费决策；从消费观念上讲，传媒经常会站在时尚的风口浪尖，培养受众的消费观念，挖掘潜在的消费者，引导、鼓励和刺激消费。

波德里亚在《消费社会》一书中对传媒在消费方面的负面作用提出了相当有见地的批判。波德里亚指出，传媒在营造一种消费社会的意识形态，使广大的受众沉浸在“物”的海洋中不能自拔，从而丧失了批判意识和革命精神。这一研究成果正好从反面论证了传媒的消费这一层面所体现出的经济功能。

应该指出，在信息社会整个生产流程中，传播在参与生产、实现交换、进行分配和引导消费这四个环节上，始终发挥着积极的作用。与工业社会相比，信息传播的经济功能不但在广度上得以较大的拓展，而且在各个生产环节上开始发挥起主导性的作用。传播的经济功能正在扮演越来越重要的角色。

从这一点来看，结构功能主义的框架确实应当有所改变了。

三、传播的隐性功能研究

从传播思想史的角度来看，传播显性功能的研究硕果累累，隐性

功能的研究却几乎一片空白。随着媒介技术的进一步发展，当“虚拟社会”这样一个概念突然出现在经典传播学家们面前时，不少人顿生失语之感。因为在网络社会中，隐性功能几乎可以说无处不在，而沉溺于显性效果话语的研究者们对网络传播与人的关系问题确实难以发表新见。今天，如果依然漠视传播的隐性功能，那么我们将无法解决网络等新一代媒介的出现给传播学带来的一系列难题。

在默顿看来，“显功能是有助系统的调整和适应的客观后果，这种调整和适应是系统中参与者所预料所认识的；与潜功能相关的是没有被预料也没有被认识的客观后果”。如果说显功能是显而易见的，那隐性功能就是那些熟悉得无法觉察的功能。显性功能，诸如监视环境等，可以通过实证的方法加以证明，可进行定量研究，隐性功能则不行，只能进行定性研究。如果将传媒的社会功能比作一座冰山，那么显性功能就是海面上我们能见到的部分，而隐性功能则是在海面下我们见不到的体积更大的部分。

这种偏差使得经典传播学家很难用有限效果论解释这个问题。1948年，美国纽约的报业及发行业工人举行了一次较长时间的罢工，贝雷尔森做了一个调查，发现读者们对此产生了“与世隔绝”的感觉，好像没有了报纸，他们就感到自己已不属于这个世界，感到了失落，感觉和早已习惯的生活脱离。明明在现实社会中生活，却感觉“与世隔离”，为什么？是不是我们生活的世界已不复是大众媒介出现前的世界？我们的生活方式是不是因为大众媒介的出现而发生了改变？大众媒介除了能监视环境、联系社会、传递遗产和提供娱乐外，是不是有别的功能？这种功能非常强大，人们离开媒介竟会觉得“与世隔绝”；这种功能又非常隐蔽，以至于人们很难解释、即使解释了也无法进行实证研究。这就是媒介的隐性功能。

1. 隐性功能研究的既有成果

隐性功能的研究始于李普曼的“我们头脑中的景象”假说。正如

贾春增：《外国社会学史（修订本）》，242页，北京，中国人民大学出版社，2000。

第一章所述，李普曼认为，真实世界与媒体世界是两个不同的概念。他感觉到，在一个全球化步伐加速来临的时代中，由于人们实际活动范围和注意力有限，不可能对与他们有关的整个外部环境和众多的事物都保持经验性接触，世界变得越来越超越人们的经验。因此，对绝大多数人来说，身外世界实际上是“不可触、不可见、不可思议的”。对于超出自己亲身感知以外的事物，人们只能通过各种各样的“新闻供给机构”去了解。“我们不得不在这个环境中活动，但又不得不在能够驾驭它之前使用比较简单的方法去对它进行重构。”于是，新闻媒体就为人建立了一个想像世界——由媒介的隐性功能建构的身外世界的全貌。这个世界不是现实世界，但它却被当作真实的世界来看待。李普曼进而指出，这时，人们的行为已经不再是对客观环境及其变化的反应，而成了对新闻机构提示的某种“拟态环境”的反应。李普曼似乎已经窥见了隐性功能的神秘王国，但可惜的是，他并没有更进一步。

今天，后继的研究者对李普曼的研究有了更为准确的理解。沙莲香把“头脑中的世界图景”称之为“拷贝世界”。他指出，由大众传播形成的拷贝世界——信息环境，是现代社会中人们无法逃避的生活世界，它同现实世界并驾齐驱，成为决定人们生活情感、生活欲望、期待、认知和态度的两大环境世界。他认为，长期以来，人们生活在自然存在和经过先辈改造了的现实世界中，这是一种能够清晰感觉到的自然世界和某种人工化了的物质世界。大众媒介的产生使人们逐渐习惯于接受和操作各种自身无法直接接触的感性世界的信息，生存于大大超出自身感受的现实世界的另一世界中，这个世界，即媒介世界，不是实实在在能够感觉到的事件（或人、物、直接听到的观点）本身，而是关于它们的复制符号或摹写，是一个信息的世界。

1968年，日本学者藤竹晓发展了李普曼的另一个重要观点：大众传播营造的信息环境，越来越有了演化为现实环境的趋势，这就是

[美] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文、江红译，13页，上海，上海人民出版社，2002。

媒介环境的环境化。他指出，许多的媒介事件，包括语言、观念、价值、生活或行为方式等，最初并不见得有代表性或普遍性，但一旦进入了大众传播渠道，很快就会演化为社会流行现象，变成随处可见的社会现实。藤竹晓认为，大众传播虽然营造的是“拟态环境”，与现实环境之间有很大的距离，但由于人们是根据媒介提供的信息来认识环境和采取环境适应行为的，这些行动作用于现实环境，便使得现实环境越来越带有“拟态环境”的特点，以至于人们很难在两者之间做出明显的区分。

李普曼之后，默顿在传播学领域，用自己的研究阐释了他对“隐性功能”的理解。他和拉扎斯菲尔德在提出传媒的负面功能时其实也提到了媒介的隐性功能。比如说，看到媒体上播放的传授烹饪方法的节目，许多观众会觉得，原来做一道菜的工序并不复杂，可是要这些观众亲自下厨试试，结果很有可能是“惨不忍睹”。媒介的麻醉功能同酒精的麻醉功能颇为相似：喝醉酒的人也是沉浸在虚幻的满足中，觉得自己无所不能，可实际上连走路的力气都没有。对此，默顿和拉扎斯菲尔德一针见血地指出：

由于把越来越多的时间用于阅读报刊、收听广播和收看电视节目，人们用于有组织地参与活动的时间越来越少。人们与现实政治生活只有间接的联系，他们只是阅读、收听和思考，却以为这可以代替决断和行动。他渐渐地误认为对当代的种种问题做些了解也就是为这些问题采取某种行动。当他进完晚餐，听完他最喜爱的广播节目，并看完当天的第二份报纸后，上床的时间也该到了。

就这一点而言，大众传播可以算是最高尚、最有力的一种社会麻醉品。其麻醉作用可能十分有效，中毒的人甚至都不了解自己的病端。

转引自李彬：《传播学引论（增补版）》，193页，北京，新华出版社，2003。

在这里，两位学者指出，媒介能使人沉浸在虚幻的满足中，与现实政治生活只有间接的联系，他们的观点非常类似于批判学派的观点。批判学派就把媒介看作是一种隐性的意识形态工具，在媒介客观中立、言论自由的背后，隐藏着保守主义的立场。它们在潜移默化中消解了受众的革命精神，使之沉溺于大众文化的泡沫之中。

英尼斯和麦克卢汉的研究也多少涉及了传媒的隐性功能，其中麦克卢汉的观点更有代表性。他认为，媒介即信息，媒介对人所产生的影响取决于人们相互交流所使用的传播媒介的性质，而不是传播的内容。媒介是人体的延伸，一种新媒介就是一种新的尺度，这种新尺度在很大程度上改变了人的思维和行为方式。麦克卢汉坚持认为，媒介对于人类生活的改变是巨大的，而且这种改变是潜移默化、不以人的意志为转移的。从这一点上讲，把麦克卢汉称之为技术决定论者是一点都不过分的。

晚期强效果论的研究者尤其是议程设置理论和教化理论的倡导者们，也发现了隐性功能的存在。他们认为，大众传媒的具体信息也许确实不能在短时间内改变人们的观点或者生活，但是大众传媒长期以来已经成为了人类生活的一部分。人类身处媒介环境之中，不间断地受到大众传媒的影响，甚至形成了对大众传媒的依赖，他们必然在很大程度上受到传媒的影响。这种影响也许他们自身根本无法觉察。大众媒介的传播效果是长期的和潜移默化的，大众媒介不分昼夜地向人们传播信息，并把人们淹没在信息中。“传播”决定了人们寻求信息和发出信息的方式，又决定了他们大部分的生活方式，长此以往，也就决定了他们认识世界看待世界的方式。

由上可知，凡是在隐性功能研究方面取得一定成就的研究者，大多倾向于批判主义与技术主义的视角，这说明经验主义在这个方面的研究有所欠缺。这也许是因为在传统经验主义的范式中，像隐性功能这样一种不能经验和量化的概念，是一个伪命题，不值得研究。

2. 隐性功能的意义

不止一位传播学家认为，媒介的隐性功能可能比显性功能更强大，值得认真研究。默顿甚至认为，在研究社会功能时，研究隐性的

与负面的功能是最有价值的。当然，隐性功能既具有正面的意义，又具有反面的意义，值得认真探讨。

从正面的角度来看，隐性功能的存在在客观上丰富和扩大了人们的认知世界。

在大众媒介出现前，人们的脑海中也会有一个所谓的“世界图景”，这就是一个人对于客观世界的认识。人们生活在世界中，他可以通过亲身体验去获取认知。但由于人们的活动范围，也就是可以去感知的范围有限，其认知的范围也十分有限。靠人际传播，人们可以获得一些自己不能亲自获取的信息，他的脑海图景会有所放大，但毕竟，这种脑海图景所反映的“世界”太小了。

媒介的隐性功能使人们的认知世界扩大。除了亲身接触的环境之外，人类认知的环境几乎都是由大众媒介构建的虚拟环境。亘古以来，世界从未像今天这样紧紧凝聚在一起，被传播媒介变成了一个“地球村”。其实，地理意义上的世界并没有变小，不过人的认知世界变大了，认知世界的变大就意味着地理空间的缩小。毋庸置疑，大众媒介的出现使每个人心中都有了整个世界的图景，世界各地发生的新闻事件仿佛就发生在摆放电视机的客厅。从这个意义上讲，应该感谢媒介的隐性功能，是它使人类的认知世界远远大过人类的祖先——包括像哥白尼、牛顿这样的精英人物。

传媒越是发达，人类的认知世界就越广阔。网络出现以后，一种新的可以“生存”于其中的世界诞生了。如果说，以往的传播学者认为隐性功能并不是传媒的主要功能，那么现在的传播学家则完全不敢这么说。

另外，隐性功能的正面意义还体现在，隐性功能是显性功能的基础，几乎所有的显性功能只有通过隐性功能才能起作用。

以拉扎斯菲尔德与默顿的功能观为例，他们认为，大众媒介有两项显性的社会功能：授予某人某事以显著的社会地位、促进社会准则的实行。怎样授予某人某事以显著的社会地位，怎样促进社会准则的实行？前提就是，受众应对身外的世界具有感性认识。同样，在拉斯韦尔的功能理论中，如何监督环境，如何协调社会，如何进行文化传

递？前提还是，受众应对身外的世界具有感性认识。这种感性认识很少通过亲身体验获得，现代社会越来越复杂，人们由于实际活动范围、精力、注意力有限，不可能对与他们有关的整个外部环境和众多的事物都保持经验性接触，人们只有通过传媒的隐性功能建构认知的世界。可见，大众媒介在人与现实世界之间建立的媒介环境，是其显性功能发挥作用的基础。

但隐性功能也有不可忽视的负面影响。

媒介环境可以看成是媒介信息在人脑中的投射。如果信息是真实的，那媒介环境是仿真的；而如果信息是虚假的或是无效的，那就会造成媒介环境的虚假化。在信息时代，如果信息的真实和有效能得到保障的话，那信息的大量增长会使媒介环境越来越完善；相反，随着无效信息、虚假信息的增长，媒介环境越来越不真实。这就导致了现实与媒介环境之间的剥离。正因为如此，传媒的麻醉功能体现得日渐明显。人们越发地把对大众媒介的视听、思考、评议过程当作了自己对现实社会中的事件的调查和参与过程，从而阻碍了自己与现实社会的各种直接的、生动活泼的联系。

而且媒介隐性功能已经不再简单地表现为一种麻醉功能，它对于人们精神世界的异化还给某些人带来了精神方面的疾病。日本学者中野收在《现代人的信息行为》一书中用了“容器人”一词来形容这类被传媒所异化的受众，他认为，在大众传播特别是以电视为主的媒介环境中成长起来的现代人的内心世界类似一种孤立的、封闭的容器，为了摆脱孤独状态也希望与他人接触，但这种接触只是一种容器外壁的撞击，不能深入到对方的内部，他们相互之间不希望对方深入自己的内心世界，却很容易接受大众传媒的影响。林雄二郎在《信息化社会：硬件社会向软件社会的转变》中提出“电视人”的概念，认为长时间生活在电视环境中的一代人，容易自我封闭起来，“养成了孤独、内向、以自我为中心的性格，社会责任感较弱”。这些人被称为“电视人”，他们“过度沉湎于媒介接触而不能自拔；一切行为的依据来自于传媒；满足于与媒介中的虚拟社会互动而回避现实的社会互动；

孤独、自闭的社会性格等等”。“电视人”也好，“容器人”也罢，其特点是过度沉湎于与媒介接触不能自拔；一切行为的依据来自于传媒；满足于媒介环境中虚拟的社会互动而回避现实的社会互动等。

在网络时代，隐性功能的反面意义得到了更多的彰显。如第二章所述，网络的世界与现实的世界是两个不同的世界，它们按照不同的逻辑运作。由于某些人习惯于将虚拟世界看作是客观世界，因此，这些人通常分不清两个世界的界限，导致行为的错乱。在中央电视台的一次访谈中，一位游戏迷指出，由于长时间沉溺于枪战的电子游戏中，导致当他回到现实世界后，他感觉到他所路过的街道两边的房子里到处都是枪手。而另一些人则把两个世界的界限分得过于清楚，由于过于沉溺于网络，导致了在现实社会中的自闭倾向。在本书作者所做的一项访谈中发现，在网上极其活跃的人也常常是平时生活中社交能力较差的人，而且在网上越活跃在现实中往往就会越沉闷。

上述内容只是对隐性功能问题的初步探索。

对隐性功能的研究目前还没有广泛地开展，然而在网络界面上，该项研究的理论突破具有重要的意义。这一非经验性的理论命题若要取得更大的进展，就必须突破经验主义的框架，走向更开阔的研究视角。

第三节 经验主义传播学宏观研究视角的危机

经验主义传播学在宏观层面的研究几乎就是微观研究的一个翻版。不过后者关注的主要是传播的效果问题，而前者关心的则是传媒对社会的影响。上文已经提及，由于受众的复杂性，因此经验主义在效果研究方面取得的成果往往没有定论。而社会这种在迪尔凯姆看来客观存在的实体，比单个的受众又何止复杂了百倍千倍。在宏观研究

郭庆光：《传播学教程》，152页，北京，中国人民大学出版社，1999。

上，经验主义取得的成就远不如批判学派，这完全是拜经验主义范式本身的缺陷所赐。甚至，经验主义那些原本在微观层面还比较有效的方法与假设，在宏观传播现象研究上表现出了更多的缺陷和不可克服的困难。可以说，经验主义的范式危机在宏观层面表现得最为明显。

在本节中，我想结合经验主义范式宏观研究的一个重要方面——经验主义的发展传播学，来透视经验主义在宏观研究方面的缺陷与危机。

一、经验主义发展传播学的发展历程

经验主义的发展传播学研究建立于发展理论（在其早期又被称为现代化理论）的基础上，而发展理论则最早出现于 20 世纪中叶的美国。二战以后，世界的政治经济格局发生着巨大的变化，亚非拉的发展中国家纷纷独立，开始在世界舞台上发挥着越来越重要的作用。新的形势对美国的对外政策提出了严重的挑战。为了研究这些国家的社会发展，以便于美国调整其外交政策，发展理论的出现就成为了一种必然。“现代化理论的起源大致可以追溯到美国政治统治阶级和知识分子对第二次世界大战以后的国际环境的反应，特别是冷战的影响，以及在欧洲殖民帝国解体下第三世界社会的同时出现，并在世界政治舞台上成为杰出的角色，所有这些现象在同一时期聚合在一起——而且确实是有史以来第一次——使知识界的兴趣和精力超过了美国甚至欧洲的界限，转向亚洲和拉丁美洲的社会进行大量的研究。”

由于研究的功利主义目的和受到当时意识形态的影响，早期的发展理论究其本质而言是一种西方中心论思想的延伸，这时的发展理论研究者多半认为现代化就是西方化，因此，此时的发展传播学自然也打上这方面的烙印。随着研究的进一步深入，人们发现无论是理论还是实践，西方化似乎都很难推行。相反，对一个特定国家的发展起决定作用的往往是该国传统文化和社会结构的因素，因此，发展理论步

[美] 迪恩·C·蒂普斯：《现代化理论与社会比较研究的批判》，见 [美] 西格尔·E·布莱克编：《比较现代化》，杨豫、陈祖洲译，94 页，上海，上海译文出版社，1996。

入了一个新的发展阶段（一个重要的标志就是从现代化研究更名为发展研究），而发展传播学的研究也变得更加丰富多彩。

1. 早期发展理论中的发展传播学理论

在发展理论的研究者中，勒纳是一位先驱人物，他在《传统社会的消逝——中东的现代化》一书中第一次提到了传统社会与现代社会的二元对立。“在勒纳的框架中，一端是传统社会，另一端是现代社会。现代化则是从传统社会向现代社会转变的过程。”也正是在这部著作中，勒纳较早地涉及了传播对现代化的作用。这本专著的实证资料来自于拉斯韦尔主持的“我们时代的世界革命”项目中的定量文献研究和美国哥伦比亚大学应用社会研究所在20世纪50年代初对6个中东国家进行的一次大规模的社会调查，是典型的经验主义研究。“在某种程度上，勒纳的理论开辟了一个将传播学探讨和现代社会发展过程联系起来的研究思路，在方法上，它仍然是行为科学和经验论的继续，即在大量的资料积累的基础上，力图建立各种变量之间的关系，并对之做出解释和说明。”

在勒纳看来，人类的传播形态与社会形态的发展是相对应的。传统社会向现代社会变迁的过程也就是以人际传播为主的传播方式向以大众传播为主的传播方式变迁的过程。因此，大众传媒的普及被勒纳视为现代化的重要因素，在现代化的进程中与城镇化、教育和公众参与等三个因素有着同等重要的作用。不仅如此，传播因素的变化还将通过互动的方式影响其他三个因素：传播方式的转变就有可能促进农村经济走向城镇经济；文盲社会走向信息社会；专制政体走向民主政体。他指出，“在任何一个地方，识字率的提高往往会增加传媒的影响，而日益增加的传媒影响又‘伴随着’更广泛的经济参与（人均收入）和政治参与（投票选举）……实际上，世界各大洲所有正在进行

[美] 西格尔·E·布莱克编：《比较现代化》，杨豫、陈祖洲译，译者前言，3页，上海，上海译文出版社，1996。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，194页，上海，复旦大学出版社，2000。

现代化的社会都重复出现……相同的基本模式。”因此，“没有发达的大众交流体系，现代社会就不可能有效地发挥功能”。

勒纳还强调，现代化究其根本还是人的现代化，现代化的个人应当具有以流动性心理状态为特征的现代个性。而在这个方面大众传播也扮演了重要的角色。“大众传媒可以帮助人们突破地理的界限，开阔眼界，通过信息传递功能，培养发展社会成员的现代人格，加快现代化进程。”从今天的角度来看，勒纳的研究显得过于乐观了。这种乐观的情绪可以用一句话来概括，那就是：“大众传播是发展的‘伟大的乘数’。”然而，本书认为，传媒发展与现代化之间的关系应该是互为因果，而不是前因后果。因此靠现代传媒而现代化的逻辑是不一定成立的。但勒纳显然还不是最后一个乐观主义者。

在现代化的研究中，英格尔斯的理论是不得不提的。英格尔斯致力于研究人的现代化而不是国家的现代化。在他的课题中，英格尔斯指出，他对于现代化的研究来源于如下两个信念：“首先，我们需要考察人类受到城市化、工业化、人口流动和大众传播的复杂影响时所受到的影响和付出的代价”；“我们的第二个信念是：一个现代社会要有效地发挥作用，必须要求公民具备某种品质、态度、价值观念、习惯和意向……因此，我们的现代化研究必须以普通人——新进入工业部门的农民和工人——为核心。这种研究应该探讨这些人在遇到新出现的现代秩序中的新机构——工厂、城市、大众传媒、政党、大规模的政府机构时的体验。”

转引自〔美〕亚历克斯·英格尔斯：《现代化人的模型：理论和方法问题》，见〔美〕西格尔·E·布莱克编：《比较现代化》，杨豫、陈祖洲译，498页，上海，上海译文出版社，1996。

转引自陈崇山、孙三五：《媒介·人·现代化》，7页，北京，中国社会科学出版社，1997。

〔美〕威尔伯·施拉姆：《大众传播与社会发展》，金燕宁等译，252页，北京，华夏出版社，1990。

〔美〕亚历克斯·英格尔斯：《现代化人的模型：理论和方法问题》，见〔美〕西格尔·E·布莱克编：《比较现代化》，杨豫、陈祖洲译，469～471页，上海，上海译文出版社，1996。

既然英格尔斯在研究人的现代化时把大众传媒看成如此重要的一个因素，那么他必不可少地对这一问题提出了自己的假设并试图加以检验：“现代人会有更多机会使自己处于大众交流媒介的影响之下……至于现代人是否因此会避开比较传统信息和劝诫的来源……那仍未可断言……当需要对不同的信息源进行评价时，比较现代的人更为相信和最能依赖较新的大众媒介，而不是那么现代的人则更多地信赖比较传统的信息媒介。的确，我们预料最传统的人将会把新型的大众媒介，诸如电影等，视为有可能是危险的和有害于年轻人的道德的。”总之，英格尔斯试图证明，个人的媒体接触与其现代性呈正相关关系。

在对阿根廷、智利、印度、以色列、尼日利亚和孟加拉国等六个发展中国家的 6000 个样本个体进行调查后，英格尔斯的研究小组得出结论，认为个人的传媒接触确实与个人的现代性具有显著的正相关，即使过滤了教育等其他影响因素，传媒接触与人的现代性之间的相关系数依然达到了 0.001 的显著水平。“大众传播媒介在形成个人现代性方面是一个真正独立的力量。”

不仅仅是勒纳和英格尔斯，包括伊锡尔·普尔、卡尔·多伊奇等早期发展理论研究者，均用定量研究的方式强调了大众传媒对社会发展的关键性作用。他们的实证研究范式使当时的研究者认为，“借助于大众媒体来传播先进的技术和经验，可以使欠发达国家在几十年的时间内完成西方用了几个世纪才完成的发展。”

2. 传播学家的早期经验主义发展传播学研究

施拉姆在 1962 年受联合国教科文组织的委托，考察了大众传媒

[美] 亚历克斯·英格尔斯：《现代化人的模型：理论和方法问题》，见 [美] 西格尔·E·布莱克编：《比较现代化》，杨豫、陈祖洲译，499 页，上海，上海译文出版社，1996。

转引自陈崇山、孙三五：《媒介·人·现代化》，21～22 页，北京，中国社会科学出版社，1997。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，195 页，上海，复旦大学出版社，2000。

在促进社会发展中的作用。这项研究最后成为施拉姆得意著作之一——《大众传播与社会发展》。在这部书中，施拉姆采用了结构功能主义的视角，分析了传媒在社会宏观层面的作用。结果几乎完全沿袭了发展理论研究者的乐观主义态度，他指出：“充分的信息流通，特别是大众传播媒介的适当使用，可以对国民社会经济做出重大贡献。”

施拉姆认为，传媒在社会发展中所起的作用主要有两个方面：

其一是能够改变人们的认知、观念和行为。这种改变主要体现在两个方面：从短期的角度来看，施拉姆认为，传媒可以传播信息，设置和安排人们讨论的问题，学习新的知识和方法，甚至改变或者发展人们的观点；从长期的角度来看，传媒可以开阔人们的视野，提高人的文化素养，强化公民的社会参与意识。当然，由于受到有限效果论的影响，施拉姆并没有一味拔高传媒的直接效果。他强调传媒对改变受众已有的观点没有什么直接的效果，但对培养或者强化受众的效果具有较为直接的影响。施拉姆还指出，传媒在认知方面发挥作用的方式主要表现为“二级传播”的方式，传媒可以通过向人际渠道发送信息而达到影响公众决策的目的。

其二是扩大信息传播的范围和速度。在以农业文明为主的发展中国家里，由于人口相对分散，因此信息传播的范围和速度相当有限。而大众传媒能够较好地克服这个问题。它能够很好地帮助施行全国性的教育和培训计划。在施拉姆看来，大众传媒简直就是一个天使，“它们可以对个人服务缺少的地方——给没有教师的地方提供远在他地的教师，为那些医务辅助人员或受训练很少的农业技术人员提供他们所需的专家指导和情报”。它们也能够成功地进行社会动员。媒体可以“把中心站的话语传达到村庄（否则中心站的声音在那里是不大

[美] 威尔伯·施拉姆：《大众传播与社会发展》，金燕宁等译，251页，北京，华夏出版社，1990。

可能听到的)，宣传和帮助组织运动，使注意力集中到需要和机会上。”

罗杰斯作为创新扩散理论的巨擘，也把自己的理论视角集中在了传媒与社会发展这一课题上。

在《农民的现代化：传播的影响》一书中，罗杰斯指出，“大众传播媒介可以成为国家现代化的催化剂”。在一项针对哥伦比亚、印度和肯尼亚三国农民的实证研究中，罗杰斯指出，媒介接触与个人的功能性识字、教育程度、社会地位、世界性、个人的移情能力、农业与家庭创新力、政治知识、成就动机、教育与职业期望等因素呈现正相关。

罗杰斯在其创新扩散理论中，把一种新观念或者新事物在传统社会中的推广分成四个阶段：知晓、劝服、决策和证实。罗杰斯认为，媒介的信息传播与新事物的采用和传布之间有密切的关系。他还发现，往往传播在创新—扩散过程中，主要影响人的知晓。因此，罗杰斯得出了“大众传媒在一个过程的早期要比以后阶段更有影响”的结论。

从历史的角度来看，罗杰斯的研究至今仍有很强的生命力，但这种生命力主要表现在技术的创新和推广，而不是观念或者制度的创新与推广。

由上述内容可以得知，在传播学家们早期对发展传播学的专门研究中，乐观主义的情绪也是非常明显的。虽然他们看到了传播的有限效果，但他们还是坚持把传播看作是社会发展的重要动因之一。

3. 对早期经验主义发展传播学的反思

现代大众传播媒介对社会的发展是否具有影响，这是一个不言自明的问题。不过，这种影响到底是直接的还是间接的，这种影响到底

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，289～290页，北京，新华出版社，1982。

陈崇山、孙三五：《媒介·人·现代化》，26页，北京，中国社会科学出版社，1997。

是正面的还是反面的，是强有力的还是微弱的，这并不是一个轻易能够得出结论的课题。随着研究的深入，包括施拉姆在内的一些早期发展传播学研究者开始反思自己的观点，并对自身的早期研究做出了某种批判和修正。他们认为，在早期发展研究的历程，存在着两个突出的问题：其一是将发展问题等同于一个国家的西方化；其二是将现代化看作是一个指日可待的社会发展过程。

把发展问题简单地等同于西方化，那些以为发展中国家只要把西方文明依样画葫芦地照抄照搬就能实现现代化的观点是不成熟的。一个国家的现代化在很大程度上决定于这个国家的传统文化以及由此形成的人的观念与社会的制度。西方的经验可能在很大程度上不能被直接照搬到非西方文明的国家。是不是现代化只有西方一种模式，是否非要把西方的经验推广到发展中国家，使它们建成西方化的现代社会才算是现代化，这是一个问题。即使在西方国家内部，现代化也有不同的模式，英国模式和德国模式就很不相同。在现代化过程中，发展中国家的政权、传统文化及相应的制度是不可忽视的重要力量，这种情况在西方的现代化模式中是不多见的。“没有一种‘西方的’发展模式是适合所有发展中国家的，实际上每个国家需要的是它自己的模式。”

以上的批驳应当说是很有道理的，正因为如此，罗杰斯的创新扩散理论在发展传播学领域的应用就会遇到一系列的问题。创新扩散理论的隐含前提就是西方化，它把发展的问题想得过于简单和理想化了。从最根本的层面来看，试图把西方发达国家的观念、技术和制度传播给一些发展中国家，使之实现现代化，这一做法的前提就不完全正确。当媒体所鼓吹的西方世界的新观念和新事物与发展中国家传统文化相悖，就有可能引起社会的不满与震荡，这时传播就不再是社会发展的催化剂，而是社会发展的绊脚石。由于罗杰斯从没有清算自身理论中的西方中心主义观念，因此，他的理论在实践中推广的有效性

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，288页，北京，新华出版社，1982。

就十分有限。

把现代化看作是一个指日可待的社会发展过程也是错误的观点，它把发展问题看得过于理想化了。

从现实来看，各国的发展并不是一帆风顺的过程。由于欠发达国家一般经济发展的起点较低，因此在推行现代化的初始，国民经济通常在短期内会有一个高速增长的过程。但这种高速增长并不一定能够持续下去，原因是传统的社会结构和制度通常不能适应经济高速增长所带来的冲击，因此，贫富分化、通货膨胀、贪污腐化、道德和社会价值体系的崩溃等一系列问题也就接踵而至，发展的过程因之受到挫折。施拉姆指出，在20世纪60年代在美国檀香山的东西方文化中心举行的一次国际会议上，当时的人们都对发展中国家的发展问题表现出了乐观的态度。然而十年后，在同一地点举行的同样性质的会议，结果就十分不同。人们发现：“发展中国家的出口增加了一倍，但发展中国家的贫困和无地的人民，并没有像预期的那样，而只有很少的经济上的改善。尤有甚者，欠发达国家的急剧增加的人口，吸收了收入平均增长中的大部分。有文化的人的百分比上升了，但由于人口的增加，发展中地区的文盲实际上比十年前还要多。”发展，不管怎么说，都是一个长期、复杂、系统和艰巨的过程。

施拉姆等人的早期研究在很大程度上把传媒看作是社会发展尤其是经济发展的一种重要的和直接的推动力，认为大众媒介能在短时间内实现人的观念的现代化，并因此很快推动社会和经济的现代化。这种观点的背后，蕴藏着对现代化推进速度的乐观情绪。然而，很快，连施拉姆本人都不得不承认，这种观点是有局限性的。

从一个方面来说，大众传媒的传播效果可能是相当有限的。经过长期的思考和探索，在综合了别人的研究成果后，施拉姆终于看到了传媒在社会发展问题上的间接效果和有限效果，那就是传媒不是万能的，必须在合理制度的框架中才能发挥作用。他指出，“各种媒介除

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，288页，北京，新华出版社，1982。

非与一个经济的、技术的和有社会支援的计划相配合，它们本身对促进社会变革的作用是很少的”；“大众媒介对组织起一切最成功的社会变革计划所必需的当地活动方面，自己能做的事情不多，虽然这些活动一旦组织起来之后，它就能给予支持。”

然而在另一个方面，施拉姆并没有看到，大众传媒有时也是社会发展的阻碍者，行使了负面功能，从而加剧了社会发展的艰巨程度。比如传播媒介成为西方现代化思潮的喉舌，导致与发展中国家的国情相悖的西方价值观的播散和渗透。比如传媒别具用意的传播有可能引起社会的动乱，因为传媒并不总是一种有益于社会控制的力量。又比如传媒有可能本身就是新观念和新制度的反对者，它会煽动人们用传统的观念来反对新事物。传媒能缩短发展的时间，也能延缓发展的时间，传媒的作用没有必然的指向。

对早期发展传播学的反思，引导了20世纪70年代后的发展传播学研究。人们开始怀疑传媒对社会发展的作用到底有多大。一方面，在经验主义内部，争执表现得非常明显：有人强调传媒对社会发展的重要推动作用，有人则强调传媒没有什么影响；有人强调传媒对社会发展的正面影响，而有人则强调传媒的负面影响。这种争执消解了发展传播学研究的体系性。另一方面，站在批判主义立场上的发展传播研究成果变得越来越多，并对经验主义立场的发展传播学提出了相应的批评。批判主义的学者们认为，经验主义提出的策略就其根本而言就是一种西方中心主义，一种典型的文化侵略，根本没有站在发展中国家的立场上思考问题。批判主义学者们的研究更多地集中于跨文化传播的领域，并非本节讨论的重点，但他们的批评意见确实给人以很多有益的启发。

二、发展传播学经验主义范式的危机与修正

从罗杰斯和施拉姆的研究中，我们可以得知，发展传播学发展至今依然对发展问题思考得不是很深入，而且矛盾重重。实证的资料对

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，289～290页，北京，新华出版社，1982。

传媒的强效果和弱效果、正向效果与反向效果都有所支持，研究几乎很难继续。直到今天，多数发展传播学的研究依然是“早期发展传播学理论的继续”，依然“偏向市场化解决和跨国公司向第三世界经济渗透的原则”，认为“媒介的参与是推进现代化的主要途径”。

本书认为，经验主义的发展传播学之所以几乎“停止”了发展，主要的原因还是其研究范式——经验主义在宏观传播现象的层面缺乏科学性。这种科学性的欠缺主要体现在以下几个方面：

1. 从微观推知宏观的不科学性

在经验主义发展传播学的代表性研究中，研究的逻辑是从对个人或者群体的研究推知整个发展中国家。比如，施拉姆就认为，由于传媒有利于提高个人的文化素养和现代意识，因此传媒将有利于发展中国家的社会发展。如果仔细分析就会发现，这个逻辑是不成立的，也就是说提高了某些人的文化素养和现代意识，并不一定提高整个社会的文化素养和现代意识。因为社会在某种意义上讲是一个整体，整体的发展并不等同于整体中所有个体的发展的总和。

前文提及，在经验主义范式的视野中，社会是由一个个相似的人组成的，因此，了解了某些具体的人，就可以推知其他人。也许在较多的情况下，从一个个体的情况推知其他相似个体的情况是可行的，但从一些个体推知整个社会就变得不可行。个体与个体之间构成的复杂社会关系，是不能像算数那样简单地进行加减乘除的。在微观研究的层面，这一缺点已经有所表现；而在宏观层面，这种缺陷就更加突出。

若要有效地进行发展传播学研究，只对个人或者小群体进行研究是远远不够的，社会结构、社会制度、传统文化观念等带有宏观色彩的研究对象是不可忽略的。发展政治学和发展社会学的研究之所以在这个方面做得比发展传播学更好，就是因为它们对于制度、结构和观念等宏观内容给予了更多关注。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，215页，上海，复旦大学出版社，2000。

到目前为止，经验主义根据相关实证数据证明的仅仅是传媒对特定个人或人群的现代化起到的作用，这些证据不能直接证明传媒对社会文化的革新、社会制度的变革等一系列宏观层面上的现代化起过什么样的作用。所以经验主义很难证明传媒在社会发展中起过重要的作用，当然，它也很难做出相反的证明。了解了这一点，我们就可以理解为什么有的时候，有些发展传播学的研究结论支持传媒具有积极作用，而有的时候，有的发展传播学的研究结论支持传媒没有作用或者具有消极作用。

由此可见，发展传播学这一类注重整体的宏观传播研究并非经验主义之长。

2. 重方法轻理论

尽管也很强调理论，但在方法与理论之间，经验主义者常常会选择方法，他们甚至认为方法比理论更重要。拉扎斯菲尔德就很乐意被人称为“工具制造者”。在经验主义者眼里，没有掌握研究方法的研究者几乎就是门外汉。当然，重方法轻理论不仅仅是传播学一个学科的问题，而是整个行为科学普遍存在的问题。

目前，这种轻理论重方法的做法已经得到了来自各方的批评。G·奥尔波特指出：“由孔德倡导的实证主义的出现，已经导致了一种本质上的非理论化倾向，结果，在报纸、杂志和教科书中塞满了特殊的和个别的调查，而理论的兴趣却被降到最低程度。”米尔斯也认为，经验主义的做法是一种本末倒置。

人文社会科学是一种理论研究，其微观研究不能脱离理论，宏观研究更不能脱离理论。所有成功的宏观研究都必须放诸相关理论的背景中进行，发展传播学也不例外。发展研究的历程中，有过许多重要的理论，比如说依附理论，世界体系理论等等，这些理论都能很好地帮助发展传播学开展研究。但是，在经验主义研究者看来，这些理论不容易被量化和实证，由于方法重于理论，因此，许多经验主义研究

[美] G·奥尔波特：《现代社会心理学的历史背景》，周晓虹主编：《现代社会心理学名著菁华》，416页，南京，南京大学出版社，1992。

者只能放弃不可测量的指标，把精力放在可测量的指标上。

缺少理论的支撑，发展传播学的许多观念都显得比较简单。比如说，不少发展传播学者至今天仍然认为，发展就是指经济增长。因此他们在考察了传媒对人的作用后，认为传媒对经济增长有推动作用，并据此认定传媒有利于社会发展。然而，从理论上讲，发展绝不是一个简单的经济增长问题。“发展必须被看作是对全部经济和社会系统进行重组和重新确定前进方向的整体过程……是一个包括了社会结构、大众心态、国家机构、加速的经济增长、不平等程度的降低等一系列主要变化的全方位过程。”经验主义的两难境地在于：一方面，一旦把发展看作是经济增长，那么研究的结果势必与现实脱节；另一方面，不把发展等同于经济增长，又无法用经验的方法加以研究。由此看来，这种缺陷已经不是经验主义这一范式本身所能克服的了。

3. 缺乏历史的观念

发展是一个动态的过程，并且因各国的历史不同而显得形态各异。而实证研究总是倾向于从静态结构的角度去剖析历史发展的一个断面，总是倾向于无视各国的差异而发掘各国发展存在的共同规律。因此，它的研究结论总是跟不上历史的发展，也总是无法得出一个在各国都适用的规律。

从时间的角度来说，大众传媒在发展的过程中并不总是扮演固定的角色。在发展的早期、挫折期和晚期，大众传媒有着不同的角色。有时它是一个鼓动者——将发展的新观念新思路广为传播，发动人们参与社会变革；有时它是一个破坏者——煽动人们对现存制度的不满，并号召大家参加社会革命。有时它传播先进的观念和思路，有时它却出于保守的立场反对新生事物。有学者分析，正是因为大众传媒的煽动，使处于发展初期的国家对发展前景有了很高的心理预期；而当发展进入停顿和挫折的时期，往往又是大众传媒的放大作用使人们的期望值受到挫折。这种挫折使“人们把对物质分配不公平的不满转向政府，怀疑政府的无能和腐败，提出了政治领域的要求，从而为政

陈晓律：《战后发展理论研究》，13页，成都，四川人民出版社，1995。

治动乱和社会的不稳定提供了基础。”对于大众传媒如此的行为，采用静态结构分析的方法或者是结构功能主义的方法是行不通的。其结果必然是：两年前，某研究者还在为观察到某国传媒的鼓动作用感到乐观；而两年后，他则因为传媒的破坏作用而感到失望。

从国别的角度来说，在不同的国家，大众传媒也不总是扮演着同样的角色。它们的社会定位、功能定位以及所处的社会环境尤其是制度环境与发达国家传媒几乎完全不同，彼此间也有很大差异。在有些国家传媒是传统意识形态的守卫者，而在另一些国家传媒则更多地表现为社会变革或者革命的鼓动者。与原生型的现代化国家不同，发展中国家的媒体并非总是纯粹的信息传播工具，它们的政治目的远胜于其他一切目的。以研究者本国传媒所扮演的角色来界定其他国家传媒扮演的角色，并以此前提进行发展传播学研究，必然导致研究的误差。

综上所述，发展传播学那种缺乏针对性的研究，原因就是其历史观念的缺乏。这种研究的结论往往没有什么实用的价值，解决不了什么具体的发展问题。

4. 价值无涉的不适用性

前文已经提到，经验主义范式是一种崇尚价值无涉的理论范式。如果说把价值无涉的观念运用于传播学的微观研究还能取得一些重要成果的话，那么在宏观传播学研究层面，价值无涉的观念常常是四处碰壁。原因是，研究人类世界的宏观传播现象，尤其是不同意识形态之间的传播，无法避免价值关联的问题。

在发展研究中，价值观的对立和冲突是非常明显的。早期的发展研究，来自欧美的学者经常持有一种西方中心论的思想，他们居高临下的态度是发展中国家的文化和价值观所不能容忍的。在对这一时间的发展理论进行反思之后，反西方中心论的发展理论如依附理论迅速

[美] 迪恩·C·蒂普斯：《现代化理论与社会比较研究的批判》，见 [美] 西格尔·E·布莱克编：《比较现代化》，杨豫、陈祖洲译，译者前言 27 页，上海，上海译文出版社，1996。

发展起来。这些观点认为，在西方化的过程中，发展中国家因之受到西方国家变本加厉的剥削，因此发展中国家永远只能跟着西方国家亦步亦趋，成为它们政治和经济上的附庸。西方化的结果必然会产生新的殖民主义现象。以伊曼纽尔·沃勒斯坦的世界体系理论为例，这种算是温和的发展理论将资本主义看作是一个由中心区、半边缘区和边缘区三个部分组成的体系结构。在沃勒斯坦看来，这是一个不平等的体系，在这个体系中的三个部分承担着不同的经济角色，中心区与边缘区的差别尤其明显：中心区利用边缘区的原材料和廉价劳动力，生产工业制成品或者信息产品向边缘区倾销，牟取高额利润；而边缘区则只能向中心区提供廉价劳动力和利润较低的原材料。这种贸易的“剪刀差”形式，分明就是一种国家对国家或者地区对地区的剥削。

发展传播学的研究如果不考虑价值观的对立，不考虑发展中国家对西方式的发展的理解和认识，其研究成果的应用价值就十分有限。

比如说罗杰斯的创新扩散理论，构建了一个放之四海而皆准的扩散模式。但发展意义上的创新扩散过程绝不是简单的四步过程所能概括的，它还需要考虑文化、价值等一系列的因素，比如欠发达地区当地的文化观念、政权体系和社会制度。与扩散地文化观念和社会制度相背离的观念和事物，很难获得全面的推广。如果教条地使用这一模式去推广西方化的观念和制度，可能很难成功。起码二战以来到现在为止，在资本主义体系中，中心国家依然是中心国家，边缘国家依然是边缘国家，中心国家的观念和制度在亚非拉国家的全面扩散带来的更多是社会动乱和经济衰退。

5. 发展传播学研究范式变革的趋势

可能正是由于上述种种原因，有学者意识到，发展传播学必须进行范式转变。泰拉尼安等学者的研究明显地表现出了这种倾向。

泰拉尼安批驳了以往发展传播学中的媒介中心主义和西方中心主义倾向。他指出，经验主义发展传播学研究将重点放在媒介上，忽视了人际和组织传播网络，包括诸如传统的和宗教的网络这样重要的联系。在泰拉尼安的眼中，传播与发展的关系是历史性的，因此不存在一个放之四海而皆准的传播与社会发展的一般理论。如何走上成功的

发展之路，是各国各民族主动选择的结果。

泰拉尼安还认为，发展不能过分强调物质的发展，而应当强调人的全面发展，后者才是发展的终极目的。发展传播学应当更多地关注人的全面发展，关注传媒如何促进人的全面发展和解放。

“在某种观点上，泰拉尼安的观点比较集中地反映了当代美国发展传播学的一些理论新动向，即从强调物的发展到强调人的发展、从大众媒介的中心地位到人际间的和可供替代的传播网络的重要、从对内在因素和外在因素各持一端的做法到强调传播与发展过程中的内在因素与外在因素的结合。”有人把泰拉尼安的主张看作是不同于经验主义和批判主义的第三条道路，这个观点不无道理。泰拉尼安已经意识到坚守经验主义范式将无助于发展传播学的研究，从而试图本着以人为本的核心理念，对发展传播学的研究范式进行变革。尽管这种具有人文关怀的尝试并没有获得完全的成功，但这起码在另一个侧面证明有人意识到了经验主义发展传播学的危机，并试图进行范式改革。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，219页，上海，复旦大学出版社，2000。

第四章 经典传播学诸研究领域 的危机与困境



本书第一章已经从宏观上描述了经典传播学的危机。这种危机不仅仅表现在传播学的整体，同时也不同程度地体现在传播研究的各个方面。由于网络社会的兴起，在传播研究的各个领域，目前都有一堆问题需要做出相对确定的回答。而以目前经验主义在这些领域内所采用的研究手段，很难在短期内解决这些问题。在库恩看来，当科学范式面临大量用已有理论和方法不可解释的现象时，该学科的范式革命即将来临。笔者认为，当下经典传播学各领域所表现出的危机，足以导致传播学的范式革命。

第一节 控制研究的危机

与批判学派的研究不同，控制研究一向不是传播主流范式最重视的内容，尽管它是“五 W”模式中的第一个环节。与效果研究和受众研究相比，控制研究似乎最不受经验主义研究者的关注。个中原因，恐怕与经验主义行政研究的风格有关。因为资助或者委托研究者

进行实证研究的人多是具有实用主义色彩的传播者，他们的目的是希望研究者站在他们的角度提出方案，帮助他们更多地了解受众、传播的过程和传播的效果。可能没有哪个传播者愿意出资让研究者对自己的存在进行否定或者批判。在这个方面，哈钦斯委员会的研究就是一个明证。受亨利·卢斯的委托，哈钦斯组织了一批专家对美国的新闻自由状况进行了全面的考察，并对美国新闻自由的状况提出了全面的批判，这一研究直接导致了社会责任理论的出现。然而，这个结果不是卢斯所愿意看到的，因此当看到研究结论后，他拒绝支付研究费用的尾款。“在传统的传播研究中，控制分析一向较为薄弱，‘门前冷落车马稀’，不大受人重视。原因不难理解，这方面的研究不论怎么深刻，都难免显得吃力不讨好。而且越是深刻，往往越让人不自在，不舒服。”

有鉴于此，经验主义的研究者在多数情况下总是回避控制研究，从某种意义上讲，这也可以被看作是经验主义范式忽视人主体性的一个原因。也正因为如此，控制研究领域的成果很少，除了哈钦斯、施拉姆等人对世界传播体制的研究之外，只有勒温、怀特等人提出并不断发展的“把关人理论”能够算是里程碑式的控制研究。

一、控制研究的两项里程碑

控制研究最主要的成就，从宏观层面上讲就是对世界传播体制的研究，而从微观层面上讲就是“把关人”研究。

1. 传播体制的四种理论

迄今为止，关于传播体制研究的最主要的经验主义著作依然是施拉姆等学者撰写的《报刊的四种理论》。在这部完成于20世纪中叶的著作中，研究者把世界的新闻体制分为四种理论：集权主义理论、自由主义理论、苏联共产主义理论、社会责任理论。其中，苏联共产主义理论是集权主义的变种，而社会责任理论则是自由主义理论的变种。

自由主义理论是《报刊的四种理论》一书中描写最为详尽的理

徐耀魁主编：《西方新闻理论评析》，283页，北京，新华出版社，1998。

论。弥尔顿、杰斐逊和穆勒三位自由主义思想家被认为是自由主义理论创立的代表性人物。其中，弥尔顿在《论出版自由》中的观点可以看作是这一理论的基石，杰斐逊的贡献可以看作是对自由主义理论的合法性奠定了基础，而穆勒的观点则可以被看作是最为激动人心的具有激进色彩的自由主义理论。在自由主义理论看来，人是理性的动物，能够分辨真理与谬误。应当允许各种观点和思想自由地传播，成为“观点的自由市场”，并且让真理在与谬误的交锋中最终战胜谬误。自由主义理论家认为，真理的敌人是权力，因此言论者只有免于政府的干预，才能做到真正的自由。“必须限制权力，废除各种钳制言论的制度、规章，让真理通过自我修正，最后战胜各种荒谬、错误、愚蠢和无知而自我发扬光大。”在自由主义的旗帜下，新闻自由的理念深入人心，大大推进了社会的民主化进程，从而表现出该理论的历史进步性。

然而当西方国家的法律一旦确立了自由主义理论的合法性，自由主义理论的一些弱点就暴露出来，并在新闻的实践中遭到了批判。在自由主义理论使新闻媒体取得了法律赋予的权力之后，媒体的新闻自由便开始与公民的新闻自由产生了分离。“自认为公众权利代表的媒介和作为个人的公民的自由权利已经分道扬镳。随着媒介权利的膨胀，传统的对个人自由权利的认识面临挑战。”一方面，进入20世纪以后，大众传播业被少数垄断者所控制。正如自由主义论者一开始所主张的那样，权力是真理和自由的敌人，当媒体本身成为一种权力时，新闻自由就变得很有局限。另一方面，自命为“第四权力”的媒体自认为新闻自由就意味着媒体的新闻报道不受任何限制，因此媒体滥用新闻自由的现象十分普遍，并在一定程度上伤害了新闻的真正主体——公众的知情权和其他重要的权利。

正是在这样一种背景下，作为自由主义的修正理论——社会责任理论登上了历史舞台。社会责任理论认为在自由主义理论指导下的报

徐耀魁主编：《西方新闻理论评析》，169页，北京，新华出版社，1998。

郭镇之：《北美传播研究》，223～224页，北京，北京广播学院出版社，1997。

刊存在着七个方面的问题：

第一，报刊行使巨大的权力为自己的目的服务。报刊拥有者特别在政治和经济事务中宣传自己的观点，不惜损害反对的观点。

第二，报刊屈从于大商业，并且让广告客户控制其编辑方针和编辑内容。

第三，报刊抵抗社会变革。

第四，报刊对当前所发生的一切进行报道时，常常更多地将注意力投向肤浅的和煽情性的事情，而不是有意义的事情。

第五，报刊已损害了公众的道德。

第六，报刊无正当理由地侵犯了个人的隐私。

第七，报刊被一个社会经济阶层笼统地说“商业阶层”所控制，对于新的来者来说难以进入这个行业，所以自由而又开放的思想市场被损害了。

尽管如此，社会责任理论并没有对自由主义理论进行全面的否定，相反它的理论基础仍然是自由主义理论，不过它强调的是对绝对自由的限制，要求媒体担负起应有的社会责任。在社会责任理论看来，新闻自由在事实上存在着报刊的自由和公民的自由两种形式，在某些情况下报刊的自由并不一定是公民的新闻自由，相反，报刊滥用新闻自由还将导致公民丧失新闻自由。针对新闻自由的滥用，社会责任论者提出了自己的看法。他们认为，首先，媒介的自由应当有所限制，而不是绝对的自由；其次，公民的新闻自由表现在公民应有的“知情权”，公民的自由高于媒介的自由；最后，报刊应当约束自己的自由，并承担更多的社会责任。从理论上讲，社会责任论是对自由

李良荣：《西方新闻事业概论》，31～32页，上海，复旦大学出版社，1997。

参见李良荣、林晖、谢静：《当代西方新闻媒体》，74～75页，上海，复旦大学出版社，2003。

主义的修正，是一种理想的新闻理论。然而在实际操作中，它的缺陷就较多地暴露出来了。有学者认为，社会责任理论“虽然在西方传播界产生一定的影响，但由于缺乏相应的现实基础，仅仅停留在自我约束之上，因而还无法形成同自由主义体制相抗衡的新的传播结构”。甚至有学者认为，“社会责任理论的道德说教并非新鲜的理论”。

与自由主义相比，集权主义理论的思想萌芽可能出现得更早，而且，“在西方，印刷出版物的发明和流传是在君王拥有绝对权力的集权统治时代出现的”，因此集权主义是第一种成熟的新闻体制。集权主义通常以国家至上主义或者民族至上主义作为旗帜，强调传媒应听命于国家与政府，成为其统治工具的组成部分。因此，国家的最高统治者享有对新闻传播的绝对控制权。有学者认为集权主义针对的是新闻事业的早期情形，然而本书并不同意这个观点。在人类民主化的进程中，在民主主义体制不断发展的同时，集权主义体制也不断走向成熟和极端。20世纪法西斯主义的出现就充分说明了这一点。

在施拉姆等人看来，苏联的共产主义模式是集权主义新闻体制的变种，他们对这种模式进行了批判。他们认为苏联的新闻媒介完全是工具化的，媒介为政府的意志服务，内容千篇一律。“新闻媒介，同其他所有的公共事业一样，其存在仅仅是为了完成党和国家领导人所指派的任務。”应当承认，西方对于苏联传媒体制的批判是有一定道理的，但他们的态度显然不够客观，伴有鲜明的意识形态倾向。对此，阿特休尔曾经批判道，《报刊的四种理论》“是处在政治上动荡不安的紧张时期，也就是人们记忆中带有冷战色彩的时期起草的……施拉姆的问题出在，他的分析是怀有敌意的，他局限于‘我们对他们的框框中看问题’……”

李彬：《传播学引论（增补版）》，177页，北京，新华出版社，2003。

郭镇之：《北美传播研究》，231页，北京，北京广播学院出版社，1997。

[美] 沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德：《传播理论：起源、方法与应用（第四版）》，郭镇之等译，339页，北京，华夏出版社，2000。

徐耀魁主编：《西方新闻理论评析》，193页，北京，新华出版社，1998。

转引自李彬：《传播学引论（增补版）》，177页，北京，新华出版社，2003。

对于自由主义理论的溢美和对于苏联理论的贬压，使施拉姆等人的研究立场及其结果受到全面的批判。

2. 把关人理论

在第一章中，本书曾经提到勒温在“把关人”研究方面的重大贡献。在勒温去世前不久的一篇经典文献中，勒温指出：“信息总是沿着‘门区’的某些渠道流动，在那里，或者根据公正无私的规定，或者根据‘守门人’的个人意见，就信息或商品是否可被允许进入渠道或继续在渠道里流动做出决定。”在勒温看来，“守门人”的作用是对物质或者信息进行筛选和过滤的主体。从此以后，“守门人”这个比喻性的概念得到学术界的重视，在传播学领域，这个概念很自然地被运用来形容传播过程各层级中的传播者。

承接勒温创见，率先在传播学领域开展把关人研究的学者是美国人怀特。怀特在对美国某地方报纸的一位编辑的个案研究中发现，他的研究对象在一周内共收到 11 910 条电讯稿，而他仅从中选用了 1 297 条，也就是说，只有不到 11% 的电讯稿在研究对象那里最终得到了大众传播。怀特无疑从传播学的角度用最简单的方式证明了在新闻传播领域广泛存在的“把关人”现象。但也正是因为研究过于简单，因此有学者提出了相应的批评。他们认为，怀特的研究只见树木，不见森林。只从个人的角度审视把关，“过分强调把关者的个人权限，忽略了各种联系所形成的必然性与社会性”。只从一个环节研究把关，而忽略了把关活动的连续性。这两个层面的批评意见，成为把关人研究继续深入下去的重要动力和两个方向。

针对怀特“把关人理论”的两个弱点，有关学者进行了更为深入的研究。根据前一种思路出发，吉伯尔认为编辑个人的主观因素在把关过程中不如另一些因素来得重要，这些因素包括“可供选择的新闻数量，新闻项的长短，来自时间的要求与机械生产的压力”。吉伯尔

[英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔：《大众传播模式论》，祝建华、武伟译，134 页，上海，上海译文出版社，1997。

李彬：《传播学引论（增补版）》，170 页，北京，新华出版社，2003。

认为：“媒介组织与组织规章制度在影响整个把关过程中比个体媒介工作成员更重要。”在布里德的研究中，这种观点得到了进一步的阐发。在调查了美国的多家报社、访谈了多位记者后，布里德发现，在报社内部“存在一张十分微妙而又非常强劲的控制网络”，“它一方面确保媒介组织的传播意向顺利地贯彻下去，另一方面防止不懂规矩的新来者对媒介组织既定行规的袭扰”。布里德把这种控制网络的存在称之为潜网。其实，“媒介内的潜网实际上乃是更大范围的社会控制体系的折射”。

根据后一种思路出发，麦克内利发现，把关的现象广泛地存在于传播的全过程，因此他“试图描述在新闻事件与最终接受者（报纸、读者等等）之间存在的各种各样的中间传播者”。麦奎尔在表述麦克内利的模式时举例说，一个国外通讯社地区分社的记者在报道某一新闻事件时，他的报道将经过地区分社编辑、总社编辑、报社电台或者电视台的编辑的层层把关才可能到达接收者那里。而且，“守门行为并不随着新闻媒介而结束，因为最初的接收人经常为其他人充当守门人”。在巴斯的研究中，把关人理论得到进一步的完善。巴斯对以往的把关人理论提出了批评，他认为，在以往的研究中，不同的守门人并没有角色上的差异。巴斯的研究展示了“最重要的守门行为出现在新闻组织内部”，守门的过程通常可以分成新闻采集和新闻加工两个阶段。

研究者们还广泛研究了可能对媒介信息传播产生把关作用的各种因素，其中休梅克和瑞斯在这个方面的研究成果最为完整：

1. 来自媒介工作者个人的影响。这类影响包括传播业者自

参见 [美] 休梅克：《把关》，胡洁译，见张国良主编：《20 世纪传播学经典文本》，554～555 页，上海，复旦大学出版社，2003。

参见李彬：《传播学引论（增补版）》，174～175 页，北京，新华出版社，2003。

[英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔：《大众传播模式论》，祝建华、武伟译，136～138 页，上海，上海译文出版社，1997。

同上书，138～139 页。

身的特性，个人和职业的背景，个人态度和职业角色。

2. 来自媒介日常工作惯例的影响。大众媒介也时时受到传播者日常实践的影响，包括截稿时间及其他时间限制、出版物的版面要求、新闻报道的倒金字塔体写作结构、新闻价值、客观原则以及记者对官方信源的依赖。

3. 媒介组织方式对内容的影响。媒介机构有许多目标，其中谋利就是多数媒介共有的目标之一。媒介组织的这种目标可以各种方式影响媒介的内容。

4. 来自媒介机构以外的组织对媒介内容的影响。这类影响包括利益集团游说支持（或反对）某些种类的内容，人们为使媒介报道而制造假事件，还有政府，它通过对诽谤、色情等法规直接规范媒介的内容。

5. 意识形态的影响。意识形态体现的是一种宏观层次的社会现象……这种包罗万象的意识形态可能以多种多样的方式影响媒介的内容。

经过上述学者的努力，把关人理论逐渐成为控制研究中最重要研究范畴。

二、网络的控制体制与把关人

传统的控制体制研究和把关人研究在新一代媒体网络上遇到了很大的困难，因为按照“分组交换”技术连接而成的网络，不存在封闭的边界与等级上的中央控制。网络在法律上是一种无主权性的存在，从宏观的层面来看，传统的主权国家意义下的控制体制无法在网络上顺利运作。在微观的层面上，把关人现象日益泛化，从而失去了这个概念的题中应有之义。因此，无论是宏观还是微观，控制研究都面临着相当多的困难。

而且，在网络社会中，控制不再是一个可有可无或者传播学可以

[美] 沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德：《传播理论：起源、方法与应用（第四版）》，郭镇之等译，264页，北京，华夏出版社，2000。

回避的课题。许多国家的政府都拨出专项资金，对网络的控制与把关进行专门研究。鉴于网络传播技术的特点，在网络上进行控制远比在社会中实现传播控制要困难得多。近些年来，网络黄毒的泛滥、黑客的入侵以及电脑病毒的大规模蔓延，无不表明了这一点。这一方面是因为网络是一个高度开放的全球性信息传播系统，其信息发布的途径多种多样，发布者通常以匿名的方式存在，因此网众可以自由地发布和接收信息。甚至即使某些网站的IP地址被封闭，网众依然能通过代理服务器等技术手段绕开人为设置的障碍，达到自己的目的。另一方面是因为网络上的信息接收方往往处于比较主动的位置，与传统媒体的受众不同，网众在网上获取信息的方式是主动“拉出信息”，因此他们在获得自己需要的信息时是自由的，不受控制的。

根据上述情况，关于网络控制的争论变得日益激烈。有人认为，控制对于网络来说，已经变得十分困难，这既表现在宏观的体制上，又表现在具体的流程上。有人认为，控制依然存在，只是控制与反控制成为网络社会最尖锐的矛盾。“在网络社会中，争夺对信息的控制权，最终也就变成了争夺技术的控制权。”这些争执各有各的道理，但问题似乎不像人们想像得那么简单。

1. 控制体制的失效

从宏观的层面来看，以施拉姆理论为主体的宏观控制理论正面临着消解的危险，这并不仅仅因为这种观念是冷战时期的产物，已经不适应时代的发展。更主要的是，以往的媒体属于主权国家，由固定的传播者进行传播，主权国家通过法律来管理，用行业道德来自律，相对比较容易。然而，网络的控制体制已经全面地超越了施拉姆等学者以主权国家媒介体制的范畴，上升到了全球性体制的议程上。

认为传统控制方式已经失效的学者指出，无论是推行集权主义体制的国家，还是推行自由主义或者社会责任体制的国家，均无法有效地以一个国家的身份去控制互联网上的信息传播，尤其是匿名的信息传播。所以经典传播学那种二元对立的体制观已经在网络面前宣告瓦

解。“既然领土主权对互联网不起任何作用，那么民族国家在处理互联网的问题时实际上就无事可做了。”按照这种逻辑，信息失控的危险随时存在。由于互联网超越了主权国家的控制范围，“那些曾经属于国家专控的信息发布和封锁权利便飞速丧失，政府被迫面临信息内容无法控制的处境，统一的舆论在可预见的将来有瓦解的危险”。信息输出大国的跨文化侵略，信息垃圾的泛滥，国家机密的泄露以及利用互联网刑事犯罪和危害国家安全，已经成为现实。以国家机密泄露为例，尽管美国军方的电子计算机网络系统保密措施十分森严，但是为数极其众多的“黑客”们还是能通过各种手段进入军方的系统，进行破坏。

认为传统控制方式依然有效的学者则指出，网站依然是媒体，具有特定的身份，因此，对网站的控制并非不能做到。政府会通过“扶持一些新闻网站，扩大它们的影响，将政府的调控渗透到这些网站的控制中”，扶持的方式可以是资金和政策上的支持。“除了政府以外，某些利益集团的影响力也是不可忽视的。”这样一来，国家的新闻体制依然能够保持在网络上的影响力。除此以外，运用立法和执法等手段对个别网站IP地址进行查封，仍然不失为控制网络的较好的手段。

很显然，以上两种观点均有正确之处，但也都有所偏颇。

确实，从一个方面来看，网络传播比以往任何一种传播都更具有跨越主权的性质，以主权国家的管理体制进行网络传播的管理，显然不适应。以往经典传播学所说的集权主义也好，自由主义也好，以及它们的两个变种也好，这些宏观控制理论的理想类型没有什么可以适用于网络的控制。主权意义上的自由主义体制，在网络传播中将会因为缺乏相应法律的保障而变得过于泛滥和无序，指望网络的亿万参与者全凭社会责任理论进行传播，恐怕也只是一个幻想。国家主义和集权主义的体制则更加不适合网络这种21世纪的自由主义的存在物。

杜骏飞主编：《网络传播概论》，192页，福州，福建人民出版社，2003。

彭兰：《网络新闻学——原理与应用》，129页，北京，新华出版社，2003。

有报道说，在新加坡，“为了对付自由化的因特网可见的威胁”，信息部长决定接管和监督当地的网站。这种集权主义的做法也许一时有效，然而在全球化的浪潮下，它的前景值得怀疑。而且，由于网络的无主权色彩，试图从这些理想类型中寻找新的变种来适应网络传播实践是毫无意义的事。对于网络传播而言，政府的直接控制力显然在减弱，并留下了一定的权力真空，匿名性、开放性、无主权性以及一切媒介网络化，使宏观控制包括对传统媒体的控制比什么时候都更加困难。《报刊的四种理论》中所描述的四种传播体制，对于网络传播而言，已经失效。甚至这一“冷战思维”的产物对于现代社会的全球化传播现实，也缺乏足够的解释力。奥斯楚尔对于《报刊的四种理论》的修正似乎也不能解释网络的传播体制。

另一方面，网络传播又比任何一种传统传播形式更加分众化和个人化。根据祝建华的一项研究，一个网络用户平时经常浏览的网站通常平均不超过三个。也就是说，网络的参与者各得其所，他们的活动及活动区域与他们的价值取向直接关联，他们在网上的存在更像是存在于一个个虚拟社区。

对网络传播这种既带有全球化，又带有区域性两极色彩的传播方式的控制，是一个全新的问题。按照梅罗维茨的观点，网络传播所构成的情境改变了以往人们对情境的定义。网络传播在全球形成一个受到各方认可、凌驾于主权国家之上的管理体制在目前的情况下既是不现实的，也是不科学的。而用目前各国的法律各自管理，肯定效率不高。比如德国在1996年12月就出台了多媒体法，但收益甚微。应当建构一种新的传播控制体制，这是一种什么样的体制，体制中的契约和潜规则是如何达成和建构的，将如何发展变化；通过什么手段或体制可以保障这一契约的有效性；如何更好地把握网络传播的平等自由与人类安全的辩证统一等等；这些问题都是传播学必须解答而目前所没有解答的。

[美] 沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德：《传播理论：起源、方法与应用（第四版）》，郭镇之等译，339页，北京，华夏出版社，2000。

2. 把关人概念的泛化

从微观层面来看，失效论者指出，鉴于网络信息接受者信息搜索活动的主动性和网上信息的海量性，因此把关人在微观层面已经消失，或者说把关人已经泛化，网络上的一切传播者都是把关人。有学者甚至指出，把关人丧失了信息传播控制的特权，“传播主体的位移已彻底地改变了‘把关人’理论立足的现实依据，因为信息的‘Gate（大门）’已不复存在——网络以其无障碍式的交流宣告了无‘Gate-keeper（把关人）’时代的来临。”当然，对于大众传媒在网络上所扮演的控制者的角色，失效论者并非视而不见，他们认为可信度较高的大众传媒所扮演的是一种舆论领袖的角色。

对此，有效论者提出了针锋相对的批评。他们指出：“受众的‘拉出’仍然是在传播者‘推出’的内容范围之内的。尽管从数量上看，受众可选择的余地大得多，但这并没有改变传播者的先导地位。无论受众做出如何选择，他们最终仍会进入一个（几个）网站的势力范围。也就是说，他们最终会受到某些网站的把关的影响。”从这一基本观点出发，他们认为，在网上表现出来的文化侵略现象说明，西方发达国家具有较大的信息优势，推出了大量的信息，因此导致“处于‘弱势’国家或地区的受众想要‘拉出’符合自己价值观的信息的机会相对较小”。

有效论者坚信，与传统媒体一样，网络媒体同样可以对信息进行把关。他们指出，应当清醒地认识到，在网际空间传播者与受众间的距离并没有完全消失。多数进行点对面传播的仍是专业化的新闻机构，如通讯社，如报纸广播和电视。让个人来进行点对面的传播，有如下局限：首先是个人很难收集到足够多的重要的信息，其次是个人即使能搜集到相当多的信息，也缺乏足够的权威性。从经济和人力的角度考虑，真正有信息量的消息，毕竟还要专业媒体去采集。所以互

屠忠俊、吴廷俊：《网络新闻传播导论》，130页，武汉，华中科技大学出版社，2001。

彭兰：《网络新闻学——原理与应用》，128～129页，北京，新华出版社，2003。

联网上尽管有足够多的传播者和传播方式，但进行大众传播的主要是专门的大众传播机构，个人仍只是主要进行个体传播。在一些具体的传播个案中，网络同样可以控制信息的流量和方向。具体地说，一个新闻门户网站和传统新闻媒体一样，可以发布某些信息，而不发另一些信息，对于重要的信息可以加以突出。网站及对其有强烈影响的社会力量的价值取向往往会影响这种把关行为。在一个 BBS 的讨论版中，版主通常可以采用扣帖、删帖等方式对稿件进行压制式控制，也可以通过置顶或者加酷帖标记的方式进行提升式控制。因此，意识形态也好，网站工作者本人也好，都依然可以通过网站或者讨论版对信息传播产生影响。

然而失效论者对上述观点并不认同。他们指出，一个新闻网站过多地表现出选择信息的意图和一个版主过多地干涉网民的帖子，是非常危险的，因为这个网站和这个讨论版就很有可能会丧失用户。作为一种不成熟的媒体，网站通常在权威性和经济实力方面与传统媒介无法相比，它在把关方面的权威性和自由度也是有限的。关于这一点，连有效论者都不得不承认，“滥用权力虽然可以简单地达到某个目的，但是所带来的负面影响可能是长期的。”

本书所关心的倒不是这两方所阐述的内容是否正确，其实他们所论述的都有道理：把关现象在网络中依然广泛存在，但在某些特定场合也会完全消失。本书真正关心的内容是，在网络中提“把关人”这个概念是否还有存在的价值。在传统传播学语境中，“把关人”这个概念有一些前提假设。比如信息资源的有限性和稀缺性，传播双方地位的不对等性，传播者对信息控制的权威性。然而这些前提假设在网络传播中的意义正在逐渐消解。由于网络信息的海量性以及搜索引擎等信息查询工具的存在，从整体上讲，信息过滤变得越来越困难。网络用户所担心的不再是信息的有限性，而是信息爆炸所带来了信息过剩。由于网络技术使传播变得更加个人化，因此传授双方的传播方式，正在由撒播占主导地位的局面向对话和互动占主导地位的方向倾

彭兰：《网络新闻学——原理与应用》，131页，北京，新华出版社，2003。

斜。面对受众地位的提高和频繁的互动，把关有了双向化趋势，在很多问题上，传播者不再更多地具有对信息控制的权威性，“把关人”逐渐呈现出泛化的趋势。甚至可以这么说，如果网络上依然存在把关人，那么网络上最大的把关人就是受众自己。因此，尽管把关现象依然存在，但它是否还是一个形容网络传播者的合适的概念，值得认真研究。

在网络传播的某些层面，传播者与受众的行为越来越相似，而在另一些层面，传播者与受众依然有着明显的距离。在这种情况下，用什么新的理论来分析微观控制研究，从而取代或者完善传统把关人理论，是值得重视的课题。

有学者把网络上的把关人干脆称之为“网络资讯人”，他们指出了这种角色与把关人的不同：“把关人通常是代表未分化的、模糊的大众来选择，而网络资讯人却是代表某个具体的个人和组织来选择；把关人是向大范围的受众提供大批量的信息，而网络资讯人提供的却是及时的有针对性的个人信息服务；把关人是信息的供应商，等待用户上门来选购，网络资讯人却是用户的代理人，应用户的预订送信息上门。”这些观点显然是有道理的，但能不能被看作是一种解决办法，目前还不好说。

显然，与宏观控制一样，目前，经典传播学研究范式并没有对网络“把关人”研究理出什么头绪。说到底，宏观问题也好，微观问题也好，这些问题从根本上来讲涉及的是人的主体性问题，需要传播学更深入地研究传播的主体，研究他们的参与动机和价值取向。如若固守经典传播学的陈规，偏执于排斥人的主体性与价值取向的量化研究，这些问题就永远不会有答案。

屠忠俊、吴廷俊：《网络新闻传播导论》，132页，武汉，华中科技大学出版社，2001。

第二节 受众研究的两难境地

受众研究一直是传播学争论最多的领域之一，而且从来也没有达成过共识。回顾受众研究的历史，对受众是被动的还是主动的，受众是消极的还是积极的，受众是感性的还是理性的，都有着截然不同的看法。发人深省的是，实证主义的数据统计为每一种观点都提供了一定的数据材料作为支撑。

一、经验主义范式受众研究的理论发展

经验主义范式受众研究的理论发展大致可以被分三个阶段：受众被动论阶段、受众差异论阶段和受众主动论阶段。

受众被动论盛行于传播学发轫时期。正如前文所述，早在传播学发轫时期，无论是拉斯韦尔、库利、帕克还是李普曼，都认为传播的效果是强大的。他们都默认了一个前提，那就是受众是被动接受信息的、消极的和无理性的。比如受法国社会学家黎朋影响很深的李普曼就认为，人群就是乌合之众，在接受宣传时，他们不进行理性的思考，而受到情感的左右。正是在这种受众假设的基础上，才会出现“魔弹论”这样的假设。受众就是靶子，毫无抵抗力，而传媒“需要的只是对着靶子射击”。只要传播者射中了靶子，受众就会受到媒介的摆布和控制。“魔弹论”视野中的受众是这样的一群人：

受众是信息的极度被动的接受者。在“魔弹论”的视野中，传播是单向的，信息从传播者流向受众，而没有一个相应的可逆过程。在这一过程中，传播者会极大地影响受众，但受众却无法对传播者产生任何影响。

受众是一种“原子”式的存在，面对组织化的传媒和有目标的传播，他们显得极其孤立无援和被动。媒介传播的信息会像子弹一样直

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，202页，北京，新华出版社，1982。

接种中受众，而“很少或者根本不考虑社会结构或群体结构的介入因素”。受众不得不接受传媒提供的信息，因为他们别无选择。

受众与媒介之间不存在中介因素。“魔弹论”者认为，受众作为相对原子化的个人，在接受媒介传播的信息时，很少受到社会或其他群体的影响，而是直接暴露在媒介的“射程”之中。所以媒介对受众的影响是直接的，不受其他中介因素的干扰。

受众信息接受是一种本能反应。这种反应不是由人的理性或智力所操纵的，而是一种本能的或潜意识中的反应，而且这种反应具有遗传机制，因此面对同样的信息刺激，不同的人就会产生相似的反应。受众不仅接受大众传播媒介所设置的议程，而且“会以可预见的方式做出反应”。

由上述论述可以得知，在前实证主义时代或实证主义传播学早期，受众被动论的观点是占绝对优势的。它没有受到过统计数据或经验事实的证明，但它被无数人作为理论的前提预设。

受众差异论是对受众被动论的一种否定。在20世纪五六十年代，实证主义的一个重要贡献就是对“魔弹论”受众观的证伪。哥伦比亚应用社会学研究所的许多研究成果表明，受众并不是一种“原子型”的存在，他受到自己所处的社会关系的影响。在总结拉扎斯菲尔德等人的研究时，克拉珀指出，受众在接受信息之前，就具有倾向性，而这些倾向性则与受众的社会经历、所处的社会地位有着密切的联系。克拉珀强调，由于心理倾向性的存在，受众常会对传媒的信息进行选择性的接触、选择性的认知、选择性的理解和选择性的记忆。“人们选择性地找出与他们已有态度和信念一致的信息，并避免与其观点不一致的信息。”在这里，不同的心理倾向性就意味着受众的差异。

对这一时期主要的受众理论，德弗勒的概括是比较精确和全面

[英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔：《大众传播模式论》，祝建华、武伟译，60页，上海，上海译文出版社，1997。

同上书，60页。

[美] 麦克劳等：《对媒介效果的理解与误解》，见张国良主编：《20世纪传播学经典文本》，623页，上海，复旦大学出版社，2003。

的。德弗勒把实证主义研究中形形色色的受众理论分成四种不同的“理想类型”：个人差异论、社会分类论、社会关系理论和文化规范理论。在这四种理论中，个人差异论的基点是人们对信息的不同反应来源于个人的性格和态度的千差万别。社会分类论则是一种将受众研究建立在人口学特征基础上的理论，该理论认为社会分化产生独特的行为方式。因此，相同社会类型成员身份的人通常行为类似。社会关系论强调的是受众所属的社会团体对受众接受行为的影响。与前三理论不同，“文化规范论不从受众本身（个体或群体）出发去探讨媒介与受众的关系，而是从媒介及其内容的角度出发去分析传媒如何为社会树立文化规范，促使社会中的个体发生种种变化的相互联系。”

从德弗勒的概括中可以看出，尽管这四种类型的受众理论有所差别，但它们都认为受众是有差异的，因此它们都是受众差异论。受众差异论看到了受众的某些主动性特征，但并没有看到受众具有接受信息的目的性。受众接受信息时具有各种各样的动机，这些动机充分体现了受众的主体性，可惜的是行为主义的研究并没有看到这种主体性的存在，而过多地强调了社会因素的决定性。

受众主动论的出现正是对德弗勒理论的再修正。进入 20 世纪 60 年代中后期，传播学主流学派的学者通过一些研究，不断强调受众在传播中的重要地位，他们认为传播是一个双向传播的过程，受众不是被动的接受者，而是一个有主见的信息使用者和创造者。在这些研究中，最早的代表性成果就是鲍尔的《固执的受众》。在这篇论文中，鲍尔指出，以往的传播研究总是站在传播者的角度，思考传播如何影响受众的态度。这种思维定势是一种方向性错误。他认为，在对待媒介信息时，受众是顽固的，不是信息决定受众，而是受众驾驭信息。所以传播学研究应当站在受众角度，探讨受众对整个传播过程的决定性作用。

在鲍尔的论文问世以后，“使用—满足”理论渐趋成熟。这种理

论“以研究人们如何处置媒介取代了研究媒介如何对付人们”。该理论假设受众在接受信息时并非漫无目的，他们有自己的需要。为了满足这种需要，他们会主动地使用或者利用媒介和信息去达到自己的目的。

研究者进一步发现，受众的主体性还表现在，受众通常不仅仅是使用媒介和信息达到自己的目的，他们还会根据自己的需要和已有的经验对信息进行加工。这种加工可能是根据自己已有的立场改变信息的原有指向，也可能是根据自己的目的增删信息的细节，还可能是根据自己的经验将信息片断进行整合，在相似或相反的信息之间建立联系。也就是说，受众的解码过程与传播者的编码过程并不是一回事。根据受众的这样一些行为，受众主体论应运而生。

在大众传播盛行的时代，并不是所有人都这么乐观地看待受众的主体地位，有学者做出了较为消极的评论：“几十年来，从事媒介效果研究的理论工作者一直致力于如何对受众的能动性做出恰当的描述。但这一努力却很失败，结果给人的印象是，受众是一些被动的、容易受蒙骗的人或是媒介内容的牺牲品。”施拉姆则提醒说：“在受众之外，还有一个居于更加有利地位的、更加活跃的、有时甚至是极其固执的和独断的传播者。”多项实证研究的结果证明，并不是所有受众在所有问题上都体现出很强的目的性。在某个特定话题上，有些受众的主体性得到凸显，而有些受众却完全没有主动性。

二、网络的受众及其对传统受众理论的冲击

从受众研究的历史来看，受众研究从来就没有得到过一致的结论。而网络出现以后，受众这个概念本身都受到了质疑，有人正在用网众和网民的概念来取而代之。正如前文所指出的那样，网络是一种可以实现平等对话的媒体。因此就推测，受众与传播者的现有结构将

[英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔：《大众传播模式论》，祝建华、武伟译，102页，上海，上海译文出版社，1997。

[美] 麦克劳等：《对媒介效果的理解与误解》，见张国良主编：《20世纪传播学经典文本》，622页，上海，复旦大学出版社，2003。

张隆栋主编：《大众传播学总论》，186页，北京，中国人民大学出版社，1993。

会发生变化，其中一个流行并且极端的观点主张受众与传播者距离将会完全消解。我们先介绍两段持有该观点的代表性的论述：

信息高速公路上，传播方式最明显的变化是所谓“传者”与“受者”概念的改变。传统的新闻传播机构是主要的信息源，通过新闻工作者把信息传给“受众”。而在多媒体和互联网相结合的信息高速公路上，任何一个计算机终端使用者都既是信息的发布者，又是信息的接受者，公众的信息来源。渠道增加，信息接受量增大，新闻传播机构只是信息源之一，新闻工作者失去了垄断新闻信息发布的“无冕之王”地位，成为社会大众中一员普通的“信息平民”。“传者”和“受者”的名词将在互联网上消失，因为二者已不再是一前一后、一上一下的那种固定的“传”与“受”关系，而是获得信息机会均等的交互关系。

“受众”不仅将从被动地接受信息变为主动地获取信息，还将进而发展成为主动地报道甚至发布信息。“受众”将随时可以同媒介工作者、媒介机构在媒介上直接进行面对面的视频、音频对话。“受众”将同媒介传播者完全处于平等的地位。“受众”这一特定术语将失去其本来的意义，或者完全为新的术语如“网众”之类所代替。

这两段论述无疑代表很多人的意见。他们明确指出，在不久的将来，传者与受众之间的距离将会最终消失。应当承认，相比于其他媒介来说，网络的优势确实是比较明显的，尤其是在传播的交互性上，反向传播比以往任何媒介都要方便。在技术条件上讲，受众确实可以成为一个集受者与传者于一身的角色。但“受众与传者之间的距离会彻底消解”这一观点如果要成立，它首先要区别这样一对概念，那就是专业传播者与业余传播者。传者包括专业传播者和业余传播者。如

石艳红：《21 世纪的网上新闻工作者》，载福州，《传媒天地》，1999（2）。

明安香主编：《信息高速公路与大众传播》，244～245 页，北京，华夏出版社，1999。

果受众与传播者之间距离完全消失，受众与传播者的位置可以轻易互换，那么受众就应该也能成为一个合格的专业传播者。但情况是不是这样呢？略加分析便可知道，这个观点太理想化了。

今天主要的专业传播者就是一些专门的传播机构。不可否认的是，今天传播机构的规模正越来越大，越来越专业化。每一个传播机构都希望搜集到越来越多的信息以满足受众对于信息的各种需要。在这个意义上，传播机构成为了一个无可争议的信息加工厂，它的经营遵循着一切大规模生产所持有的特点：分工越来越细，丰富的实践经验和专业知识技巧，信息的输入和输出量具有规模效应。很难想像一两个人能够完成今天类似于《纽约时报》、新华社这样的专业传播者所承担的信息传播任务。

专业传播者目前又把目光集中到网络身上。比如全球主要的一些报纸都在网上发行电子版，而一些主要的通讯社大多都有自己内容丰富的网站。在这种情况下，它们所发布的信息量和发布信息的方式，尤其是技术优势，决定了它们依然是网上最主要的传播者。个别的散在的仅仅掌握了少量信息的个体在更多的时间到底是传播者还是受众，这个问题几乎不言自明。他们甚至连维持每天一定的信息量都很困难，他们需要为此做大量的资料抄录工作，甚至是转发传播机构的消息。这些工作的强度几乎是不可想像的。

退一步说，如果我们假设某一些网友每天都能搞到足够多的信息在网上进行传播，还存在一个问题，那就是，受众是否会选择他们的网站，而对其他知名传播机构的网站置之不理。人们会发现，这个问题的结果往往并不如人愿。知名的传播机构总有一定的信誉，这种信誉是这些传播机构在历史上形成的，是单个的传播者所无法企及的。作为媒介组织及成员，他们必须遵守传播领域多年形成的一整套为社会广泛承认的行为规范和职业道德。良好的行为规范和职业道德使他们在受众中树立了一定的威信。没有足够的信誉，就无法在网络上立足，这使得大多数单个的传播者只能做一点业余的信息传播活动。一个没有足够信息资源的人，很少能掌握传播的主动权。

其实，承认受众与传者之间距离完全消失、认为专业的传播机构

将成为“信息平民”的这一设想是一种空想。按这种空想的逻辑进行推论，一个必然的结果就是：在不久的将来，信息传播将不再是一种独立的产业。这几乎完全背离了现实发展的轨迹。在传播学研究中，现在最为大胆的设想不过是在不久的将来，报纸等传统媒介可能会消失或被取代，这些大胆的设想也不敢认定，信息传播业作为一种产业将在未来消亡。其实，随着知识经济时代的来临，信息传播业作为一种产业的趋势越来越明显。网络等媒介的出现对信息传播的产业有着明显的推动作用。

如此看来，即使全面进入网络时代，受众与传者之间的距离也并不能完全消解。

另一种观点认为，受众与传者之间的距离没有消失。但很显然，受众因为网络的反馈更方便，因而比以前有了更大的主动性。所以受众的地位有了很大的提高，传者与受者之间的关系需要重新定义。看上去，这个观点比前一个观点更合理一些，受众的反馈变得比以前任何一个时代都要方便，这是事实。有这样两则相关的统计资料可以证明这一点：

1993 年秋天，一些大学生给《芝加哥论坛报》、《芝加哥太阳时报》和《纽约时报》的记者发出了 85 封信，另外给 6 家当地电视台发出了 85 封信。在信中，学生们指明写这些信是想与记者就某一新闻事件的某些方面进行对话，或想让记者谈谈他们是怎样工作的。几个星期之后，只有 1 位报纸记者和 4 位电视台记者回了信。

1998 年春天的另一个调查，给 41 家报纸和 6 家美国的广播电视网（ABC、NBC、CBS、Fox、CNN、NPR）在 Internet 上的网站发出了 E-mail，有 2 家广播电视网、19 家报纸作出了反应。

[美] Elliot King: 《是否需要重新定义——关于网上媒介的交互性》，载北京，《国际新闻界》，1999（4）。

但仔细想来，这个观点也并不是无懈可击的。前面已经分析了，网络的出现实质上并没有改变传播活动的性质。占有信息资源的人在传播过程中总是占有主动权的。不少受众可能在某一个信息上占有得天独厚的优势，但他不可能像传播机构那样掌握着大量的信息，所以他即使能反馈，也不可能在传播中占有主动权。因此，在大多数时候，传播机构在双向传播中都占有绝对的主动权，这与现在的信息传播没有多大的区别。

在网络时代，专业的信息传播从业人员还是一种忙碌的职业，他没有任何义务答复某些受众的反馈，也没有义务采纳某些受众的意见，他完全可以把这些东西束之高阁。比如一个中国读者发给《纽约时报》记者的电子邮件，《纽约时报》的记者就没有义务去答复，而且也不会为这个中国人的意见而改变他们的办报方针。当《纽约时报》在网络上成为一家全球性的电子报纸时，它还是必须对一部分特定的受众群体服务，它的办报方针不会因为来自全球的反馈而发生变化。因为绝不可能有一家传播机构的风格会适应世界上所有的受众，所以每一家传播机构都会有可能忽视不属于自己的受众群，这与传统的三大媒介的做法没有什么本质上的区别。更主要的是这些信息传播的从业人员没有任何时间去答复这些邮件。这几乎与以前完全一样，时间也是困扰传统三大媒介实现反馈的重要障碍。另外对于整个传播机构来说，它也不可能有足够多的人手来对反馈进行“交互式”的交流。在报纸的时代是这样，在网络的时代恐怕还是这样。这些客观存在的难题绝不是一朝一夕就能解决的。

上述的材料还提到，在网上做出反应的19家报纸以及2家广播和电视中，有12份电子邮件是例行公事似的统一回函。这说明网络并没有从本质上改变受众与传者的关系，而只是使这个问题更加复杂。

只要存在反馈而不是互动，受众与传播者的距离就会永远存在。网络等传播媒介的出现对于受众的反馈提供了技术上的保障。但在相当长的一段时间内，对于信息资源的占有仍是决定传播中专业的传播

者与受众不同地位的最重要的因素，传播中的主动权仍掌握在少数专业信息传播者的手里，受众不可能在专业化的传播过程中掌握传播的主动权。

更进一步说，本书认为，受众与传播者之间的距离本不该抹去。因为从哲学的角度来看，“发送者和接受者之间的距离，并非总是需要填平的鸿沟；有些时候，这些距离应该是我们欣赏的视野或尊敬的距离。”真的填平了这种距离，传播也许就会变得面目可憎。

然而本书从不否认受众的主体性正在伴随着网络这种个性化媒介的出现而变得越来越彰显。这种主体性表现在如下几个方面：其一是受众不再是被动地接受信息而是更多地主动通过引擎等网络技术搜索信息；其二是受众完全可以参与某些网站的讨论，对新闻事件发表评论，甚至自由地发表自己的所见所闻所思，在网上出版自己的文章；最后是受众可以根据自己的喜好选择最适合自己的信息。

如果我们熟知传播的发展，就不难发现，从五六十年代开始，大众传播历经了一次重要的变革，随着各种大众传播媒介的不断成熟，随着对信息的不同偏好分化得越来越明显，媒介从业人员发现，没有任何一个传媒能吸引到所有的受众，媒介要更好地生存，只能针对特定的受众群进行科学的定位。媒介传播的对象将不再是大众，而只是分众。这就形成了分众传播。分众传播要说明的问题是，尽管没有传播的主动权，但受众拥有接受的主动权。

其实，分众传播绝不是一个简单的静止的概念，分众传播自出现以来，也在不断发生着变化。我们可以明显地把这种变化分成两个阶段：

起初，媒介意识到，只有针对特定受众群体进行专门化的传播，传媒才能获得足够的生存空间。因此，根据不同受众对媒介的需求，媒介的定位越来越细，专业性的媒介如专业性报纸和电视台不断出现，传播具有一定的针对性。相对以前的大众传播，这种分众传播把

[美] 彼得斯：《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，50页，北京，华夏出版社，2003。

受众的地位放到了无以复加的重要位置，并为他们提供专门的信息。用今天的眼光去看，这种专业化的分众传播，是根据媒介对于某些特定受众需求的判断而加以选择地传播信息。这种分众传播只能被看作是初级的分众传播，因为媒介的判断常常带有主观性，他们对受众不断变化的喜好的判断并不总是准确的，所以当判断出现失误的时候，专业媒介适应性不强的特点就会表现出来，媒介就容易进入死胡同，媒介的经营就会直接面临着失败。另外，在初级的分众传播时代，受众的地位似乎是很高的，但他们可选择的专门性媒体并不多。当受众别无选择时，专业化的分众传播媒体就有市场；当出现了其他更好的选择时，受众当然会重新做出选择。

在网络出现以后，初级的分众传播因受到冲击而发生了某种积极的变化。这种媒介尤其是网络将海量性的各种信息提供在受众面前，供他们选择，受众的主动性大大提高。不同喜好的受众都能在同一媒体上找到自己需要的信息。这是分众传播发展的一个新阶段。这种分众传播并不以传播者的意志为转移，而是以受众的选择为标志，这是一种较为高级的分众传播。21 世纪的传播从某种意义上说仍将是这种分众传播的延续。随着网络的普及，各种传统媒介的继续发展，信息通道的进一步畅通，受众的选择面将越来越宽，分众化传播的趋势将变得越来越明显。这是到目前为止，受众所能接受的最理想的传播方式，受众总算有了较多选择信息的权力，因而能够主动地参与到传播活动中来。这种传播方式，受众在传播中的这一地位将不会在 21 世纪发生根本性的变化。

第三节 效果研究面临挑战

效果研究，历来都是传播学研究的重中之重。一种代表性的观点认为，“大众传播理论之大部分（或许甚至是绝大部分）研究的是效

果问题”。20世纪90年代以来，网络的发展已经对传统新闻媒体构成了威胁，网络的出现不可避免地会对传播效果产生冲击，使效果研究面临挑战。回首20世纪以来的大众传播效果研究历程，我们不难发现，在20世纪80年代还活跃着的形形色色的效果理论，在网络面前，或因强化而成为学者们关注的焦点，或因弱化而成为学者们争论的对象。对于网络传播效果的研究，我们需要重视审视。

一、传播效果研究的百年历程

尽管效果研究的概念出现于20世纪40年代，但真正的效果研究所开展的时间比概念提出的时间早许多，确切地说，由于对第一次世界大战中交战双方的宣传心理战感兴趣，以拉斯韦尔为首的一批学者，早在第一次世界大战以后的20世纪20年代就开始了传播效果的研究。

80多年来，社会在不断地变迁，传媒在不断地发展，传播效果的研究也在不断地发展和变化中。正如有些学者指出的那样，很少有不变的效果理论足以描述各个时代的传播效果。在某些时代已有定论的传播效果理论在另一个时代就有可能被改写。

一般认为，第一次世界大战以来的效果研究可以被梳理为三个层次：

1. 早期的强效果论

以“魔弹论”为代表的早期强效论出现于20世纪20年代，50年代以后逐渐被学术界所摒弃。这是最早出现的关于传播对受众影响的假说。由于早期的效果研究建立在对宣传行为的研究之上，因此，媒介具有神话般的影响力就成为这一时期较为流行并被一般人广泛接受的观点。许多研究者将媒介对人的强大和直接的影响力看作是不言而喻的事实。

“魔弹论”关注的是传播对个人所产生的直接和显在的效果，属于微观效果研究的范畴，因此微观效果研究成为传播效果研究的主

[英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔：《大众传播模式论》，祝建华、武伟译，59页，上海，上海译文出版社，1997。

流。正是在微观效果的领域中，二级传播理论、有限效果论、教化理论等效果理论层出不穷，以至蔚为大观。

在研究传播对社会的宏观影响方面，以“万能效果论”为代表的效果理论在20世纪初叶十分流行。万能效果论的倡导者是传播学的奠基人库利、杜威和帕克，他们认为传媒对社会走向民主和现代化有着积极和重要的作用。而李普曼则认为，由于人头脑中的世界图景来自于传媒，因此传媒对人有巨大的影响，这也可以被看作是万能效果论的一个重要观点。

不管“魔弹论”与“万能效果论”在研究视角有什么不同，但它们在效果问题上几乎是殊途同归。这一段时间的效果研究有三个特点：

首先是关注传播媒介的短期效果。“魔弹论”的心理学理论基础就是“刺激—反应”理论，因此，“魔弹论”强调的是传媒对受众立竿见影的效果。而万能效果论则深信，传媒的发展能使社会日新月异。

其次是强调传媒的主动性而忽视受众接受信息的主动性。“魔弹论”把受众看作是一个静止的“靶子”，而传媒则是对准受众的手枪。受众没有选择信息的能力，更没有抵抗力，传媒传播什么，他们就接受什么。“万能效果论”则在宏观上加强了这种观念。可以这样说，早期强效论是最早的媒介决定论。不过这种决定论不同于麦克卢汉的媒介理论，前者是一种媒介内容决定论，而后者则是一种媒介形式决定论。

最后是缺乏科学的方法加以论证。无论是“魔弹论”还是“万能效果论”都出现于现代人文社会科学方法成熟以前。因此这些研究并没有得到证实，而往往只能停留在定性理论假设的层面上。“魔弹论”是从人们的习惯认识中获得的，但人们的日常经验常常并不符合科学。传媒为社会带来的益处，从来都无法得到证实。因此，很难将这两种理论看作是科学的效果理论。

有一点可以肯定，由于早期人文社会科学的历史局限性，早期效果研究的思路是一维性的。因此，随着效果研究的深入，早期效

果理论必然暴露出这样那样的问题。早期效果理论的全部缺陷就在于它的前提几乎总是极端的，其实强调传媒的主动性并不一定非要否定受众的主动性。但是，没有早期效果理论所提供的研究方向，今天的所有效果理论都会成为无本之木。当前有不少学者对早期效果理论持全盘否定的态度，这种态度也是不科学的。“魔弹论”中起码包含着某些正确的内容，对它的全盘否定就意味着否定这些合理的成分。比如有限效果论，由于它完全否定了“魔弹论”，包括其间所包含的合理成分，因此，它也就成为后来的传播效果理论批判的对象。

2. 有限效果论

早期强效论尤其是“魔弹论”曾经被认为是理所当然的客观存在，但的确没有实证的数据可以支持这一理论假设。随着时间的不断推移，用实验和调查的方法来检验这一理论正确性的条件已经成熟，于是以拉扎斯菲尔德为首的社会心理学家抱着对“魔弹论”将信将疑的态度，开始了著名的“伊里调查”。该调查历时半年，对600名对象进行了7次反复的追踪调查，结果发现，只有8%的受众改变了原有的投票意向，“传播宣传的主要效果是起同化、维持或催化作用，而不是轻而易举地就能扭转受众的原有态度”。研究者们慎重地指出：人际联系比大众传媒在影响投谁的票的方面，更为频繁更为有效。

“伊里调查”最重要的一个成果就是“二级传播理论”，这一理论对“魔弹论”产生了致命的冲击，它也因此成为传播效果研究史上一个重要的分水岭。简单地说，“二级传播理论”认为，传播的过程存在着许多中介性的因素，比如人际传播和舆论领袖的存在，比如受众的选择性接触机制等等。因此，传播通常不会对受众产生直接的效果。同时，由于其他中介因素的影响，传播的效果会与传播者的意图有所偏差，甚至大相径庭。二级传播理论指出：受众所接触的舆论领

张隆栋主编：《大众传播学总论》，160页，北京，中国人民大学出版社，1993。

[美] Elihu Katz：《二级传播：对一种假设的最新报告》，见常昌富、李依清编选：《大众传播学：影响研究范式》，29页，北京，中国社会科学出版社，2000。

袖的态度或观点，会对大众传播效果产生重要的作用，这实际上几乎全盘否定了“魔弹论”的理论假设。不久以后，“二级传播理论”在罗杰斯手中又被发展为“多级传播理论”。

在几乎与此同时的“二战”期间，在耶鲁大学，霍夫兰受美国军方委托，在军队中进行了一系列的实验，试图研究“说服性传播”的效果。在实验中，霍夫兰发现，传媒很少能改变人的固有态度，但是在强化已有态度方面却有着突出的效果；另外个体的差异也强烈地影响着大众传播效果的实现。这一系列的实证研究表明，受众并不是无条件地接受大众传播的内容和观点，相反大众传播效果的实现是具体的、有条件的，这一研究结果同样证明了“魔弹论”缺乏科学根据。

哥伦比亚学派和耶鲁学派的研究成果最后被克拉珀加以融会贯通，最终形成了内容丰富完整的有限效果论。总的说来，有限效果论强调了中介因素的重要作用，并指出传媒也只是众多中介因素中的一个，因此，它的效果既不是直接的，影响也极其有限，甚至不会改变受众的态度。

在20世纪40年代以后，“有限效果论”极大盛行，并最终取“魔弹论”而代之。正如我们在下文所阐述的那样，这一理论至今对网络社会的效果研究依然有着重要的影响和启迪作用。

相比于早期的效果研究，“有限效果论”最大的特点就是使用了实证主义的方法尤其是心理学的实验方法。除此以外，包括民意测验在内的许多量化的实证研究方法也被引入传播学的研究。相比于早期的传播效果研究，持有限效果论观点的学者们用事实说话，用数据说话，具有很强的科学性。因此，有学者指出：“早期的效果分析，大致自伊里县调查开始，才真正算是传播学的科学研究，才是用现代科学的方法来探索传播效果问题。”因此，不论“有限效果论”存在什么局限性，它在短期、预期效果研究领域的科学性是不容置疑的。

“有限效果论”的第二个特点就是逐渐意识到受众的主动性。克拉珀提出的“选择性接触”的概念就说明了这一点。有限效果论认

张隆栋主编：《大众传播学总论》，170页，北京，中国人民大学出版社，1993。

为，传播的影响之所以是比较有限的，一个很重要的原因就是受众有心理倾向性，因此他们会有选择地对信息进行接触、认知和记忆。尽管这种研究只是停留在行为表面，但这个思路的延展，使传播学的效果研究开辟出了新的道路。但可惜的是，“有限效果论”在这个思路并没有走得太远。

由于“有限效果论”与“魔弹论”对效果这个概念的理解没有什么本质的差别，因此它也同样没有能摆脱“魔弹论”的局限。

首先，它对效果的理解比较狭隘。它虽然已经注意到受众主动性的存在，但它对效果的理解依然带有“仰视”的色彩。它依然是从传播者的角度出发来研究一种预期效果。对这种效果的片面认识，就导致了一种不合实情的结论的出现。在20世纪60年代，传播媒介已经成为西方发达国家尤其是美国一般受众生活中不可或缺的内容，许多人已经成为了每天花4个小时以上的时间看电视的“沙发上的土豆”。人们生活在传媒的环境中，这种媒介环境的影响不可谓不大。如果说受众不接受传播者的观点，传播就没有效果，那么这种观点多少显得有些狭隘。正是因为突破了这种狭隘的观点，议程设置理论才会重视把传播效果定义为强效果。

其次，它同样关注的是传媒的短期效果，而没有看到媒介可能存在的长期效果。短期效果的研究当然重要，但短期效果不能涵盖传播效果的全部。在英国学者P·戈尔丁的划分中，有限效果论所研究的效果，充其量只是传播的四种效果之一。只研究短期效果不但会忽略传播事业日复一日源源不断的运转所带来的宏观的、长期的和隐性的效果。而且它所研究的受众由于在具体问题上态度的多变性，可能导致传播的实证研究结果变得极不精确。

这些就是为什么建立起庞大数据资料 and 理论体系的有限效果论会受到批判和否定的一些原因。

当然，在这一时期，效果理论也并非是有有限效果论一统江山。值得一提的是，贝雷尔森等人已经初步提出了“使用—满足理论”的设想。“使用—满足理论”其实是对“有限效果论”受众意识的一种开拓，但由于在实证研究上的艰难，因此在整个有限效果论时期，“使

用—满足理论”只是对受众行为的一种归纳，还远没有上升到理论的角度。进入60年代后期，特别是70年代以后，随着理论的进一步成熟，使用满足论终于成为强效论中重要的组成部分。

3. 晚期强效论

实证研究的结果彻底否定了历史上一个不可动摇的假设，尽管人们不得不相信科学的测量，但从日常经验的角度出发，他们还是不能接受这个结果。60年代以后，大批专业的新闻传播学者纷纷涌现，“过去职业上信念与科学结果的矛盾导致新的传播学学者纷纷踏上寻找强烈的传媒影响证据之路”。

而有限效果论也确实不是无懈可击的。有限效果论者往往在大规模实证研究中得出自相矛盾的结论，传媒的效果有时可能很大，有时可能很小，有时可能根本没有，传播与效果之间的因果关系只是在某些情况下存在，而在另一些环境中就不存在。如上文提到的施拉姆在其一项电视实证研究中通过量化的方法得出模棱两可的结论，实际上表明有限效果论研究存在着视角上的局限性，他们对自己的结论也是不满意的。

在不到十年的时间中，新的效果理论粉墨登场了。其中比较有代表性的是“议程设置”理论、“沉默的螺旋模式”、“知识沟”理论和教化理论等等。“使用—满足理论”在这一时期也得到进一步丰满。这些理论不再是早期强效论的简单翻版，而是从各自不同的角度去发现和解释传播的强效果，从而极大地丰富了效果研究的理论库。尽管这一时期的效果理论有着完全不同的视角，但总的来说，它们有不少共同的特点。

这些理论都更注重长期的效果而不是短期的效果。新的强效论并没有完全否定有限效果论的具体结论，但他认为传播的效果不是短期的，而是长期的，绵延不绝的，而且是在潜移默化中逐渐影响受众

[美] Everett M. Rogers、James W. Dearing:《议程设置的研究：现在它在何处，将走向何方》，见常昌富、李依清编选：《大众传播学：影响研究范式》，79页，北京，中国社会科学出版社，2000。

的。新的强效论认为，媒介的强大就在于各种大众传播媒介构成一个媒介环境，受众生活在这个环境中，久而久之媒介就成为他们生活的组成部分，无时无刻、无所不在地影响受众，甚至使他们产生对媒介的依赖。这正是媒介强效果的具体体现，关于这一点，教化理论的观点阐释得最为清晰。从这个意义上讲，新的强效论指出了有限效果论的“短视”，并通过自己的研究，扩展了效果研究的视域。

这些理论都更注重宏观的效果研究。由于新的强效论注意到了媒介环境的存在，因此，它就把自己的视角从社会心理学中解放出来，进入更为宏大的社会历史背景。新的强效论更关注受众群体或社会整体在传播过程中所受到的影响，更重视在宏观理论的背景下分析传播的效果，因此他们并不关注某一具体的媒介对某一具体的受众所产生的某些具体的影响。这在一定程度上是对有限效果论研究中带有个体主义色彩研究倾向的补充。在这个意义上讲，新的强效论又一次扩展了效果研究的视域。

这些理论都从自己的视角出发解释传播的效果，而并不局限于态度研究。新的强效论在默认传播在态度改变方面效果有限的同时，指出传播在改变受众认知、情感等方面的强大效果。比如知识沟理论就是一种典型的强调传媒认知效果的理论。当然，也正是因为这种视角的多样化，导致这些强效论很难形成统一的理论核心，甚至彼此之间存在着对立。

在研究方法上，这些理论广泛采用了质化与量化结合的研究方法。新的强效论所使用的研究方法也多是经验的方法，但不仅仅局限于量化的实证研究方法。田野作业法、深度访谈法等质化的研究方法被大量地引入传播学研究，它们与实地调查法、实验法和内容分析法等量化方法相结合，大大扩展了传播经验研究的领域。质的研究方法在理论建构方面有着天然的优势，这也多少改变了经验主义传播学研究自创立以来“重经验，轻理论”的学术传统。没有这样的方法论改革，很难想像像议程设置这样的假说如何能得到证实。

晚期强效论的研究提供了许多新的思路，但是自网络诞生以来，这些形形色色的理论也受到了各种各样的冲击。

二、网络时代效果理论的嬗变

网络本身是一次传播的革命，它的出现必然会引发传播效果研究的革命。根据本书第二章对网络特点的分析，网络时代的效果研究必然有如下三个特点：

其一是单一的理论假说再也无法解释在某个网众身上体现出的传播效果。因为网众既生活在现实社会中，又生活在虚拟社会中；既生活在传统媒介的世界中，又生活在网络的世界中；这是两个遵循不同逻辑规则的社会。网众在网上接受信息和在现实生活中接受信息有可能分裂为两种不同的行为。因此，用两种以上的理论假说来解释网络传播效果将成为一种必然。比如，由于网众复杂的信息接受行为，出现了很多有限效果论不能解释的问题——如网众在网上是一个信息传播的参与者，他在缺乏必要信度的信息交流中全身心地投入，信息接受行为可能显得相当无理性和情绪化；而他在现实生活中却是一个典型的可以用有限效果论来解释的传统大众媒介的理性受众。对于一个网众受到的网络传播的影响，通常不是任何一个单独的效果理论假说所能解释的。没有两种假说相结合，无法解释网络传播的效果。

有许多理论在现实生活中很有适用性，但实证研究的结果却发现了网络上存在着相反的现象。因此，如果用这一理论来解释网络传播效果，就必须与其他效果理论相结合。“沉默的螺旋”模式就是一个典型的例子。

德国学者伊丽莎白·纽曼提出的“沉默的螺旋”模式是强效果论时期的一个里程碑。该理论把广大受众看作是身不由己、缺乏个性和主体性、经常不得不屈服于群体压力而做出从众行为的接受对象。由于受众经常会把媒介的观点看作是大多数人的观点，因此即使自己对传媒的观点很不认同，但也会保持沉默。

有学者在网络诞生后不久就预测这种理论在网络时代将举步维艰，因为在网络上，特别是结构较为开放的网站上，任何一种观点都可能得到支持，而且以匿名的方式随意发言，也使群体的压力随之减小，从众行为发生的几率大大降低。“网络虚拟社会中，信息强制性的削弱伴随着意见强制性和观念强制性的削弱，在网民的行为选择、

行为制约和行为评价方面，出现了自主化、个性化的行为趋向和价值判断……网络社会缺乏像现实社会一样严格的共同价值观来约束网民。”因此，“反沉默螺旋”的现象时有发生。

根据 2002 年对新浪论坛的一项调查，在一定程度上支持了网络“反沉默螺旋”这一现象的存在。2002 年 2 月清华大学某学生将一瓶浓硫酸泼在了北京动物园一只狗熊的脸上，这一事件引起了社会舆论的广泛关注。从事件报道当天的前 400 个帖子来看，有 86% 的帖子对该学生的行为表示了强烈的谴责和极大的愤慨，甚至有帖子直接攻击了清华大学。其余 14% 的帖子相对比较冷静，其中还有极少数对该学生表示了同情。按照“沉默的螺旋”理论，同情当事人的帖子作为极少数派，应当渐渐减少，直到完全消失。然而，从当年 4 月到 8 月的 200 个帖子中，有 28% 的帖子认为当事人应得到同情，只有 72% 的人坚持谴责的立场。对此，研究者指出，“在网络环境中，沉默的螺旋发生作用的条件发生了一些变化。虽然现在还不能确认这些变化是否是本质性的，但至少应该注意到它们的存在。从某种意义上，这些变化可能会削减沉默的螺旋发生的几率”。

在 2004 年本书作者所指导的一次关于 BBS 中“沉默螺旋”现象的调查中，实证数据也有力地支撑了“反沉默螺旋”效应的存在。调查对象中有 69.4% 的人指出，在网络中即使没有人支持自己的观点，依然会坚持发表自己的意见，并且不会因为没有人支持而感到孤独。当自己的观点在与主流媒体意见不一时，有 66.02% 的人会利用网络来表达自己的不同看法。

通过交叉分析不难发现，BBS 的使用者普遍存在着“反沉默螺旋”的现象。而且，这种现象与参与次数的增加、研究对象的网络社会地位、讨论版气氛的热烈程度成正比。

表 4-1 的数据证明，不常上 BBS 的人，也就是通常说的新手，

赵志刚：《从大众传播到网络传播：21 世纪的网络传媒》，251 页，成都，四川大学出版社，2001。

彭兰：《网络新闻学——原理与应用》，144 页，北京，新华出版社，2003。

只有 32.87% 的人会坚持自己的观点或者继续发言，而剩下的 67.13% 的人则倾向于赞成别人的意见或者沉默；与此相反的是，对于经常上 BBS 的老手来说，有 71.23% 的人能够敢于坚持自己的观点并且敢于发言，倾向于沉默的人数只占总人数的 28.77%。

表 4-1

所 采 取 的 行 为	不常上 BBS 者	经常上 BBS 者
无所谓，不理睬，照样发表观点	19.72%	26.71%
坚持己见并说服反对者	13.15%	44.52%
不再说话，保持沉默	58.68%	20.55%
转而赞成别人的观点	8.45%	8.22%

而表 4-2 的数据证明，在讨论版上处于版主地位的讨论者在遇到有人公开反对时，100% 的人会继续发言，而没有人会保持沉默；处于大虾位置的人，有 65.39% 的人会继续发言或与反对者进行争辩并努力说服，只有 34.61% 的人不再持相反观点或者保持沉默；对于小虫（讨论版上最没有地位的一类）而言，有 31.5% 的人能够敢于发表自己的不同看法，而大多数的 68.5% 的人则会沉默或转而赞成与自己观点不同的观点。

表 4-2

所 采 取 的 行 为	版主	大 虾	小 虫
无所谓，不理睬，照样发表观点	26.47%	25.00%	17.95%
坚持己见并说服反对者	73.53%	40.39%	13.55%
不再说话，保持沉默	0	19.23%	17.58%
转而赞成别人的观点	0	15.38%	50.92%

表 4-3 的数据证明在气氛热烈的讨论版中，75.42% 的人愿意发表自己的观点，并且有 59.17% 的人能够坚持自己的观点并尽力说服别人，而沉默或改变自己观点的人只有 24.58%；相反，在气氛不热烈的讨论版中，54.62% 的人则倾向于沉默，更有 5.88% 的人则会转而赞成别人的观点，只有 17.65% 的人会始终坚持自己的观点。

表 4-3

所 采 取 的 行 为	气氛热烈	气氛不热烈
无所谓，不理睬，继续发表观点	16.25%	21.85%
坚持己见并说服反对者	59.17%	17.65%
不再说话，保持沉默	10.83%	54.62%
转而赞成别人的观点	13.75%	5.88%

调查还发现，BBS 上的这种反沉默螺旋主要是由匿名性造成的。在周围都是认识的网友时，调查对象的行为主要是沉默，甚至转而赞成别人的意见，这部分人占总人数的 56.49%；而在周围都是不认识的人的情况下，人们的行为发生了明显的变化：74.63% 的人坚持了自己的观点并努力说服别人，只有 15.12% 的人不再发表意见而沉默，更少的 10.25% 的人会改变自己的观点，转而赞成别人的观点（具体数据见表 4-4）。可见，由于网络的匿名性的影响，在不认识周围人的情况下，人们更倾向于大胆地表达自己的观点。

表 4-4

所 采 取 的 行 为	认识	不认识
坚持己见并说服反对者	43.51%	74.63%
不再发表自己的意见并沉默	16.23%	15.12%
转而赞成别人的观点	40.26%	10.25%

根据上述的研究成果，研究者并不是要否认“沉默的螺旋”假说存在的合理性，它的影响力在现实社会中毋庸置疑地存在着；但应指出，在虚拟社会中就不一定。“反沉默螺旋效应”将会成为网络传播效果研究讨论的一个热点话题。人们会在现实社会中继续表演“沉默的螺旋”，而在网络中则表演“反沉默的螺旋”。这种高度的二律背反和辩证统一，也许可以触及网络效果的本质。

其二是网络传播充分体现出了网众的主动性，因此一种主体性的效果研究视角必然浮出水面。以往的效果研究从假设开始，就已经把受众界定为接受信息的人，尽管没有否定受众具有一种主动性，但这

种主动性在传统大众传媒面前几乎是可以被忽略的。但在网络上，用传统受众的特性来概括网众，显然是不合适的。所以，可以肯定的是，网络用自己的传播特点对以往所有的效果理论进行了一次大规模的检阅，这次检阅的结果必然体现为两个方面：

一方面，那些突出人的主体性的效果理论将得到进一步的阐扬和发展。因为网络传播促进了人的主体地位的跃升，可以肯定的是，以往忽视受众主体性的效果研究主流方向将会由此走向修正之路。在突出人的主体性方面，以往最重要的效果理论是“使用—满足理论”。尽管理论的提出已经将近半个世纪，但从经典传播学的角度来看，“使用—满足”假说从严格意义上讲还不能被称为一种成熟的效果理论。原因是它并没有形成自己的核心假说，也没有得到令人信服的经验数据的证实——多数传统媒体的受众在接受访谈时会声称自己在使用传媒时并没有特别明确的目的。但是，这并不意味着“使用—满足”理论没有前途。由于其研究视角特别重视受众的主体性，因此，在网络传播效果的研究中，它具有特别大的发展空间。

在2002年由本书作者主持的一项深度访谈中，有证据显示，一般网众使用互联网主要出于以下四种需求：一是获取有用的信息；二是宣泄自己的情绪；三是进行情感的交流；四是参与娱乐或打发时间。访谈还发现，网众的不同需求常常能在互联网上得到满足，上网已经成为他们生活不可或缺的组成部分。

根据这一访谈结果，在2003年的一项问卷调查中，本书作者将调查对象使用网络的目的划分为四类：信息类需求、沟通类需求、休闲类需求、资源类需求。结果发现，绝大多数调查对象上网有自己的明确目的，而且这种目的通常是多样化的。在四种需求中，出于信息类需求使用网络的比例最大（具体数据见表4-5）。

胡翼青：《论网际空间的“使用—满足”理论》，载南京，《江苏社会科学》，2003（6）。

表 4-5 调查对象各类服务使用比例

信息类	沟通类	休闲类	资源类
100%	96.7%	95.7%	93.3%

为了进一步研究使用了这些服务的调查对象的满意度，研究者设计了一张九等级的量表，结果发现，约有 75% 的调查对象对信息类和沟通类服务的评分持正面态度，认为自己对这两类的需求能够在不同程度上得到满足，但有 44% 的人对资源类服务感到不满足。因此，沟通类和信息类服务的满足程度的平均分最高，而资源类服务的满足程度最低（具体数据见表 4-6）。

表 4-6 调查对象对各类服务的满足情况

持正面评价的比例 平均得分（满分四分）	信息类	沟通类	休闲类	资源类
	76.5%	76.1%	61.7%	56.0%
	1.41 分	1.54 分	1.06 分	0.75 分

相比之下，信息类服务和沟通类服务属于高需求度、高满足度的服务，而休闲类与资源类的需求与满足程度差距较大，特别是资源类服务，处于高需求低满足的状况。这说明，就网众而言，互联网作为一种媒体，其主要功能已不仅是传统意义上的传播信息，而更多地表现为一种能在某种层面上满足人的情感需求的沟通渠道。

研究进而发现调查对象对网络有一定的依赖感。100% 的研究对象都表示他们将继续使用网络的信息服务工具。另有 27.3% 的人明确表明，他们对网络有依赖性（具体数据见表 4-7）。

表 4-7 对网络是否有依赖感

是	否	无所谓
27.3%	69.4%	3.3%

从上述数据不难看出，调查对象在客观上对网络存在着一定的依赖性，这种依赖性远远超过多项前人研究中受众对于电视、报纸等媒体的依赖。交叉分析的研究结果显示，在网龄超过 5 年的老网民中，宣称离不开网络的人也最多，甚至比对网络有着浓厚兴趣的新网民还

要高 10 个百分点（具体数据见表 4-8）。

表 4-8 是否觉得生活离不开网络

	是	不一定	不是
老网民	39.1%	0%	60.9%
上网者	23.0%	5.0%	72.0%
新网民	29.1%	2.3%	68.6%

有学者得出结论，“人们如果越是渴望从媒体那里获得满足或是认为他们获得了满足，人们就越会依赖这个媒体”。从上述调查结果来看，由于调查对象对网络有较强的依赖感，因此可以看出，网络“使用—满足”现象比传统媒体的“使用—满足”现象更加明显。

对于“使用—满足”理论，有学者指出，“迄今为止的研究仍然只是罗列和提供范例，尚没有进入对所罗列的东西进行系统解释和概括的阶段”。“使用—满足”这种人性化和强调主体性的效果研究假说至今依然缺乏完善的理论有许多原因，但最重要的原因是传统媒体的传播实践中很难观察到明显的和大规模的“使用—满足”现象，这种缺憾将在网络时代得到弥补。

另一方面，有一些效果理论则在网络面前部分失效，需要进行修正。原因是这些效果理论建立在大众传播媒介传播特点的基础上。当效果研究试图在大众传播的话语中进行网络的研究时，难免会遇到困难。当然，也有介于两种状况之间的情况，也就是这种理论在部分层面得到了发展，在部分层面则有可能失效。比如议程设置理论。议程设置理论是晚期强效论中一种极具代表性的理论。它认为人生活在媒介所营造的“拟态环境”中，媒介不一定能让它的受众全盘接受它所传播的信息，但是它却可以为受众设置“议题”，从而设定公众的“议事日程”，影响他们对于周围世界的判断。正如美国学者伯纳德·

[美] 菲利普·帕尔姆格林：《利用与满足的理论研究》，见常昌富、李依清编选：《大众传播学：影响研究范式》，257～258页，北京，中国社会科学出版社，2000。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，167页，上海，复旦大学出版社，2000。

科恩所说，“在多数时间，报界在告诉人们该怎样想时可能并不成功；但它在告诉它的读者该想什么时，却是惊人地成功”。当然，人际传播也可以设置议程，然而在大众传播时代，这种议程设置通常不在传媒学家讨论的范围之列。

事实证明，在网络这个典型的虚拟环境中，议程设置现象不但存在，而且无处不在。另外，由于存在着传统媒体与网络媒体之间的相互的议程设置，因此使这一理论变得比以前更加复杂。比如说，原来议程的设置者主要就是大众传媒，而在网站上，议程的设置者显然变得更加多元化。这样一来，原来意义上的议程设置被弱化，而一些新的议程设置现象则出现了。网络传播的多元化毫无疑问削弱了传统大众传媒的影响，“网络传播弱化大众传媒议程设置效果，充分尊重网民自由选择信息的权利，发挥了网民的主动性。”在一些BBS讨论版中，版主的议程设置对参与者的影响远甚于大众传媒议程的影响，版主设置的话题往往是版内成员比较感兴趣的话题。当然，大众传媒的议程设置功能也并不是完全消失了，在网络上漫无目的的闲谈以及在海量性的信息面前，大众传媒的效率就显现无余。大众传媒议程设置与人际传播议程设置在网络传播中地位的变化及其规律，也许就是网络议程设置下一步研究的重点。

其三，由于网络是一个复杂的虚拟社会，因此网络传播行为的多元化和复杂化导致了效果的多元化和复杂化。效果研究的发展线索不可能像20世纪90年代前的效果研究那样脉络清晰。在效果研究的前70年的历程中，否定之否定的铁律表现得十分明显，似乎一代效果理论出现以后，就会否定前一代效果理论的合理因素。这种效果研究的思路把传播效果想像得太简单了，其实每一种效果假说都能解释一类传播现象的效果，没有对错之别。由此可知，传统效果研究在网络

Bernard Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, 1963, p. 13.

赵志刚：《从大众传播到网络传播：21世纪的网络传媒》，256页，成都，四川大学出版社，2001。

的时代宣告终结。与以往的传媒不同，网络是个复杂的社会，任何的效果假说都有可能在网找到对应的事例，即使是“魔弹论”，也能在“法轮功”利用网络进行的组织传播中得以体现。解释网络传播效果，要具体问题具体分析，有必要的时候，还要将多种效果理论的合理成分进行整合。由此可见，网络传播的效果以后将不再是一个个对立的假说，而是一个个经过整合的综合性理论。效果研究将从一个多元对立的时代进入一个多元融合的时代。

综上所述，网络时代的效果研究必然向着二元化、人性化和整合化的方向发展与变迁。

第五章 技术主义范式的兴起



经验主义研究范式面临的危机可以被概括为传播技术革命带来的学科危机和研究范式缺陷所带来的结构性危机。为了适应传播业界的发展变化，传播学研究必须做出变革。变革的方案只有两个：一是传播学现有范式更加注重对于媒介技术的研究；其二是传播学进行研究结构的内部调整，产生新的范式。

这种情况与库恩所说的常规科学的科学危机与科学革命的进程非常相似。库恩认为，常规科学的作用是建立在当时主流范式基础上，“扩展那些范式所展示出来的特别有启发性的事实……并且力图使范式本身更加明晰”。但是这个专业化的进程，“使科学家的视野受到极大的限制，并使范式的变化受到相当严重的阻碍。科学已日益变得僵硬”。当常规科学的视野中出现大量不能解释的异例时，科学的危机因而出现，一种新的范式，一种完全不同的研究模式就此诞生，

[美] 托马斯·库恩：《科学革命的结构》，金吾伦、胡新和译，23页，北京，北京大学出版社，2003。

同上书，60页。

并取代原有范式成为主导性的研究范式。这种范式更替的过程就是科学革命。

显然，经验主义研究范式在网络时代有着许多无法解释的异例，新研究范式因之产生，并试图解决原有范式所遇到的问题。技术主义范式就是这样一种新的范式。技术主义范式的兴起，标志着这样一种思潮的出现，那就是希望传播学将研究重心转向媒介尤其是媒介技术研究。

第一节 技术主义范式的思想脉络

进入 20 世纪 90 年代以后，随着网络的普及，媒介技术决定论 (media technological determinism) 大行其道，并成为一种新的传播学研究范式。有学者通过对近年来国际学术会议与重要传播学核心期刊上发表的“传播与技术”专题的论文进行了统计，指出，世界传播学界正在掀起一场“传播高新技术研究热”。

严格地说，媒介技术决定论不是一种全新的传播观，它甚至出现得比经验主义还要早。如上文所述，在 20 世纪初，库利、帕克以及他们的老师杜威均有不同程度的技术主义倾向。在帕克的论文《物理学与社会》中，帕克讨论了传播对社会至关重要的作用。他说：“我比较详细地描述了传播的角色和功能，因为传播显然是社会过程中根本的东西，因为物理学使传播手段的延伸和改进对社会的存在显然发挥着至关重要的作用，尤其是对理性组织起来的社会形态即所谓文明发挥着至关重要的作用。”

不过技术主义真正可以被称为一种完整的研究范式，是近些年的事。在网络传播中承担了大量技术工作的传播学者成为构建这一范式

张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，37～39 页，上海，复旦大学出版社，2002。

转引自〔加〕哈罗德·伊尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，麦克卢汉序言，7 页，北京，中国人民大学出版社，2003。

的中坚力量。要分析技术主义范式的出现，有必要对媒介技术决定论的思想进行梳理。从历史的角度来看，传播学第一位重要的技术主义者是伊尼斯。

一、伊尼斯的媒介决定论

帕克等人的思想在美国没有得到发扬光大，但可喜的是，帕克的思想在加拿大有了自己的继承人，那就是被麦克卢汉称为良师益友的伊尼斯。作为帕克在芝加哥大学的学生，伊尼斯在传播媒介方面的研究可以说是青出于蓝而胜于蓝。伊尼斯以其在经济史学和政治经济学上的成就闻名于世，他从经济史和文明史的角度来看媒介的作用，因而得出了许多出人意料的结论。

伊尼斯可以被看作是第一位重要的媒介决定论者，他在媒介决定论范式中的地位是非常显赫的。有人指出，麦克卢汉扛起了“媒介决定论”的帅旗，“可是这一面帅旗的旗墩却是由伊尼斯夯实的”。

伊尼斯无比重视传播在人类生活中的关键作用：“在政治的组织 and 实施中，传播占有关键的一席。在历代各国和西方文明中，传播也占有关键的一席。”他把传播媒介在文明史上所起到的作用第一次提升到这样的高度，即：“建立在强调时间偏向的传播手段或空间偏向的传播手段基础上的两种不同的权威和知识垄断——宗教的或国家政府的，道德的或科技的，是帝国兴衰的主要动力、文明兴衰的主要动力。”因此，“一种新媒介的长处，将导致一种新文明的产生。”

伊尼斯认为，所有的媒介都有偏向性，“传播媒介的性质往往在文明中产生一种偏向，这种偏向或有利于时间观念，或有利于空间观

转引自 [加] 哈罗德·伊尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，麦克卢汉序言，7页，北京，中国人民大学出版社，2003。

[加] 哈罗德·伊尼斯：《帝国与传播》，何道宽译，3页，北京，中国人民大学出版社，2003。

张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，55页，上海，复旦大学出版社，2002。

[加] 哈罗德·伊尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，28页，北京，中国人民大学出版社，2003。

念。”“根据传播媒介的特征，某种媒介可能更加适合知识在时间上的纵向传播，而不是适合知识在空间中的横向传播，尤其是该媒介笨重而耐久，不适合运输的时候；它也可能更加适合知识在空间中的横向传播，而不是适合知识在时间上的纵向传播，尤其是该媒介轻巧而便于运输的时候。”与纸张相比，岩石上的文字似乎更笨重但更容易保存，因此纸张更多地被理解为一种时间偏向的媒体，而石头则被认为是一种空间偏向的媒体。在偏向性的问题上，伊尼斯还讨论了口头传播与文字传播的偏向性。与古希腊先哲苏格拉底一样，伊尼斯更加偏爱“含义鲜活而富有弹性”的口头传播，他认为人的创造性思维来源于传播的口头传统。伊尼斯认为，口头传播与传媒的时间偏向相联系，而文字传播则与空间偏向相联系。一个强调文字传统的组织，必然产生僵化，必然缺乏与口头传统和口语的接触。这样的组织在技术变迁面前，必然发生崩溃。伊尼斯指出，“我偏向于口头传统，尤其是希腊文明中反映出来的口头传统”，“与文字专项能力偶然挂钩的知识垄断，由于它削弱了和口语的接触，最终要被外力瓦解”。

伊尼斯进而指出，传媒的不同偏向性，导致了文明的不同偏向性。在考察了人类文明史以后，伊尼斯指出，偏向时间的媒介有助于树立权威，从而形成等级森严的帝国；而偏向空间的媒介则有利于帝国的扩张与管理，但不容易形成等级性很强的社会体制。伊尼斯以尼罗河文明为例作了分析。伊尼斯认为，要利用定期泛滥的尼罗河水，早期的古埃及人需要一个绝对权威的统一的领导人。“君主制度在空间上成功控制了埃及以后，对万世千秋的关注，即对时间的关注，就应运而生。木乃伊的制作和金字塔的修建成为强调时间控制的手段。”然而，两千年后，以石头和象形文字为核心的知识垄断，受到了莎草纸的挑战。莎草纸的推广和软管笔的出现使国王的地位开始

[加] 哈罗德·伊尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，53页、27页，北京，中国人民大学出版社，2003。

同上书，2页。

同上书，28页。

下降，但同时使国家的行政管理得以延伸，马的引进则使埃及统治者建成了一个庞大的帝国。

传媒的不同偏向性对社会的稳定具有重要的影响。尤其是当一个社会的传媒过于偏重时间或者过于偏重空间时，社会就会不稳定，而文明就有可能被外力破坏。一个文明若想得到持续的发展，与这个文明的时间和空间的平衡息息相关。“我们要克服媒介的偏向，既不过分倚重时间，也不过分倚重空间。这些媒介在这样一种情况下盛极一时：文明反映的不仅仅是一种媒介的影响，而一种倾向非集中化的媒介总是受到另一种倾向集中化的媒介的抵消。”在《传播的偏向》与《帝国与传播》两书中，伊尼斯列举了多个文明因媒介的过度偏向而覆灭的例子，并因此指出，直到今天，“是否有能力开发一套行政体制，使之能够制衡传播的偏向，并评估空间和时间的意义，仍然是一个帝国（体制）的问题，也是西方世界面对的问题”。

伊尼斯对媒介技术的研究是具有开创性的，是技术主义的先驱。然而在他生前以及去世后相当一段时间，几乎没有人意识到这种开创性研究的价值所在，唯一的例外是麦克卢汉。把伊尼斯视为良师益友的麦克卢汉，深受伊尼斯研究的启发，尽管他对伊尼斯的理论视角理解得并不透彻。麦克卢汉在技术主义的道路上走得如此之成功，以至人们是通过他才重新发现了伊尼斯的价值。

二、麦克卢汉的媒介决定论

马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）是20世纪六七十年代西方传播学界最具神秘色彩的思想家和最重要的媒介决定论者。《纽约先驱论坛报》称之为“继牛顿、达尔文、弗洛伊德、爱因斯坦和巴甫洛夫之后的最重要的思想家……”在我看来，麦克卢汉在传播学思想史上是一个试图开创第三条道路的大师，也是一个像尼采一样的“先知型”学者。

麦克卢汉既没有走经验主义道路，也没有成为批判主义的一员，

[加] 哈罗德·伊尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，5页，181页，北京，中国人民大学出版社，2003。

他只是想把人们“从对媒介影响的麻木状态中唤醒”。经验主义也好，批判主义也罢，都把传媒传播的内容及其影响作为自己研究的中心，然而麦克卢汉不以为然。麦克卢汉引导人们把目光绕过传播的内容和结果，投向传媒本身，强调媒介是人类文明发展史中的决定性动力。这个观点既不是经验主义的观点，得不到实证，也不是批判学派关心的内容。正因为如此，经验主义也批判他，批判学派也批判他，他们认为他是典型的技术决定论者。

走第三条道路的人往往都具有常人难以具备的原创力，这些人常常被人称为先知。他们提出的观点超前于历史，而且常常源自于直觉或顿悟。往往没有实证材料可以证明这些观点的正确性，因此这些观点通常在一段时间内不为人所理解。在这个方面，麦克卢汉十分典型。而且，麦克卢汉的写作风格和研究手段也带有神秘主义色彩，与现代哲学的先知——尼采有颇为神似之处。他有意采用一种不连贯的方式进行写作，而且往往以比喻的方式提出观点。他把自己的写作方法称之为“探针”。“这些‘探针’往往是些含义隐晦的语句，其措词不是令人震惊就是令人困惑，也许是出于有意，不是不完整就是不加界说……他发出的讯息可以作种种不同的解释，但的确发人深思。”

麦克卢汉被人反复讨论、也是最具神秘色彩的是他提出的几个观点：

（1）媒介是人的延伸

这是麦克卢汉思想的精髓之一。麦克卢汉从一个奇特的角度指出，媒介是我们身体的延伸，这种延伸的每一个改变，都会给人类社会带来某种讯息，以形成新的尺度，从而导致社会的某种改变。比如印刷媒介是视觉器官的延伸，广播是听觉器官的延伸，而电视则是人的中枢神经的延伸。当然，由于麦克卢汉对于媒介的宽泛界定——

〔美〕保罗·莱文森：《数字麦克卢汉：信息化新纪元指南》，何道宽译，287页，北京，社会科学文献出版社，2001。

〔美〕威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，137页，北京，新华出版社，1982。

同上书，137页。

“媒介即万物，万物即媒介”，因此包括交通工具在内的载体都被麦克卢汉看作是媒介。由于媒介，人的各种感官、甚至中枢神经系统都得以延伸，并“逐渐创造出一种全新的人的环境”。麦克卢汉对媒介功能的分析，确实出人意料，他使人们对媒介这个概念有了全新的认识。“从表面上看，‘媒介’这个曾经主要是艺术家、细菌学家和大众传播专家才使用的词竟然风靡一时，说不定是因为他（指麦克卢汉）的缘故。”

（2）媒介即讯息

一般人认为媒介仅仅是形式或者物理技术，仅仅是纯粹的信息和内容的载体，是空洞的、消极的和静态的。可麦克卢汉认为媒介的形式比其传递的内容更重要，而这一点恰恰是以往的研究者所忽视的。在他眼里，媒介对信息有重大影响，它决定着信息的清晰度和结构方式。“麦克卢汉试图把我们的注意力从内容引向媒介。他的关注是，内容夺走了我们的注意力，损害我们对媒介的理解，甚至损害我们对媒介的感知，损害我们对媒介周围一切的感知。”麦克卢汉指出，任何媒介的“内容”都是另一种媒介，“言语是文字的内容，正如文字是印刷的内容一样。而印刷则是电报的内容”。媒介传播的内容“不能给我们自身的价值增加什么是和东非的东西”，是媒介的形式本身而不是媒介所传播的内容对人产生了根本性的影响。一种新媒介一旦问世，不管它传递了什么样的内容，这种媒介本身就会引发社会的某些变化。他进而解释道，媒介是巨大的社会象征，它们不仅传递讯息，而且告诉我们存在着什么样的世界；它们不仅激发并愉悦我们的感官，而且通过改变我们使用传感系统的比例来改变我们的性格。麦

邵培仁：《传播学》，146页，北京，高等教育出版社，2000。

[加] 麦克卢汉：《理解媒介》，何道宽译，25页，北京，商务印书馆，2000。

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，136页，北京，新华出版社，1982。

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉：信息化新纪元指南》，何道宽译，51页，北京，社会科学文献出版社，2001。

[加] 麦克卢汉：《理解媒介》，何道宽译，37页，北京，商务印书馆，2000。

克卢汉还强调，媒介传递的真正“信息”是它本身对受传者的刺激，传播媒介决定并限制了人类进行联系与活动的规模和形式。正像下文即将阐述的那样，这一观点对美国传播学家梅罗维茨的媒介理论产生了深远的影响。

(3) 地球村

在麦克卢汉的著作中，“地球村”是对当今世界影响最大的概念之一，尽管在这个概念提出时被英国文化学派的学者威廉斯认为是一种荒唐的说法。这一概念充分体现了麦克卢汉对于电子媒介尤其是电视的欣赏。他认为，在电子媒介的作用下，信息传播瞬息万里，使全球生活同步化；时空差异不复存在，昔日遥不可及的海角天涯刹那可达，整个地球在时空范围内已缩小成一个村庄。麦克卢汉满怀激情地指出：“由于电力使地球缩小，我们这个地球只不过是一个小小的村落……电力可能会使人的意识放大到全球的规模……电力媒介将会使许多人退出原来那种分割的社会——条条块块割裂的、分析功能的社会，产生一个人人参与的、新型的、整合的地球村。”今天，在互联网上，这个比喻毫无疑问得到了更多人的认同。

(4) “冷”媒介与“热”媒介

所谓“冷”媒介意思是指那些低清晰度的媒介，如手稿、电话、电视、口语等；因为它们的清晰度低，所以它们要求人们深刻参与、深度卷入，同时也为受众填补其中缺失的、模糊的信息提供了机会，留下了广阔的用武之地，调动了人们再创造的能动性。与之相反的“热”媒介，指的则是拼音文字、印刷品、电影、广播、照片等等；它们能够高清晰度地表达充分的信息，使人体某个感官得以延伸，无须任何想像上的努力便可实现从符号向现实图像的飞跃。“冷”媒介邀请人深度参与，因此它“兼收并蓄”；“热”媒介则剥夺人深度参与

参见张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，101页，上海，复旦大学出版社，2002。

[加] 埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙：《麦克卢汉精粹》，何道宽译，394页，南京，南京大学出版社，2001。

的机会，因此它是“排斥异己”的。很多人都对麦克卢汉的这种划分提出了质疑，尤其不能忍受他将电视划在冷媒介范畴，而把电影划在热媒介范畴的这种做法。直到今天，在前面三个论断已经得到大家的基本认可时，这一对概念仍然广受争议。

麦氏的理论一经提出，便引起了巨大的社会反响。“在美国，不但学术界对此展开了热烈的讨论，而且传媒对麦克卢汉及其观点频频报道，使之在公众中也名声大噪。”施拉姆等人的一项调查统计显示，在“麦克卢汉热”时期，“几乎所有的学生都听说过这个人，有时有一半以上的学生曾经读过或者打算阅读他的著作。”70年代中期以后，人们对麦克卢汉媒介学说的兴趣突然就消失了。到了80年代，这种理论甚至一度销声匿迹。施拉姆等人在1980年所做的调查结果显示：“300名学生中只有六七人听说过他。”

麦克卢汉声名的大起大落，并没有阻止技术主义者前进的脚步。对于这一点，威廉斯的批判极其准确：“虽然麦克卢汉的理论的特定语言辞令不大可能长久延续，但是该理论之重要性，主要在于它是一种观念形态的表述之例子，即视技术本身为原因。而在这个意义上来说，当某些特定的表述公式失却其感染力时，这种理论还会有其后继者。”

三、梅罗维茨的媒介决定论

梅罗维茨是技术主义的一个重要过渡人物。在技术决定论面对一片喊打之声时，梅罗维茨毅然接过了伊尼斯和麦克卢汉的大旗，成为20世纪80年代以后技术决定论的旗手。他终于看到了网络时代技术主义范式蔚为大观的一天。

在梳理了前人的思想脉络之后，梅罗维茨主要接受了伊尼斯和麦

张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，25页，上海，复旦大学出版社，2002。

参见[美]威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，135～136页，北京，新华出版社，1982。

转引自张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，117页，上海，复旦大学出版社，2002。

克卢汉的以下主要观点：

媒介并非仅仅是两个或两个以上环境中的人们之间进行信息交流的手段，它们本身就是环境；

传播模式的转变是在社会变化中起重要作用的因素，但这一因素受到普遍忽视；

新媒介改变文化与知觉的方式，但这种变化是通过扩展传播形式“谱”实现的，而并非意味着摧毁旧的传播手段，然而与此同时，一种文化中增添一种新的媒介，这会改变早先的媒介的功能意义与效果。

但是，梅罗维茨认为，两位大师的理论也并不完善。他指出，媒介理论应当回答这样一个问题：“那些只是创建人们之间和地点场所之间的新联系/连接的技术，为何及如何会导致社会结构或社会行为中的任何根本性转变？”而伊尼斯和麦克卢汉的过于抽象的理论都没有回答这个问题。为了在大师们的研究上更进一步，梅罗维茨又引进了另一种理论——戈夫曼的“拟剧理论”。

戈夫曼可以被看作是 20 世纪后 60 年里美国首要的社会学家。他最伟大的理论贡献就是通过舞台和剧院的类比，说明人在不同的社会情境中根据相关规则扮演不同的社会角色。“戈夫曼的著作注意到了文化脚本，或者说标准化的规范；极大地强调了个体如何控制他人的印象并扮演角色；注重舞台和道具（物质空间和道具）；强调上演时的姿态、空间、道具以及环境中其他物质的运用；其自我是有条件的，它更多地取决于文化脚本、舞台和观众，而不是更多地取决于自我概念和自我感觉永久的和暂时的结构；它还强调表演是如何建构一

张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，120～121 页，上海，复旦大学出版社，2002。

同上书，122 页。

参见 [美] 乔纳森·特纳：《社会学理论的结构（下）》，邱泽奇等译，79 页，北京，华夏出版社，2001。

个剧场——一种对现实的心绪、定义和感觉。”

戈夫曼把人所面对的社会情境类比式地界定为“前台”和“后台”两类。从戏剧演出的角度来看，前台是让观众看到并从中获得特定意义的表演场合，而在后台，表演者可以放松、休息。与舞台上一样，“我们应把能为他人和社会接受的形象呈现于前台，而把他人和社会不能或难以接受的形象隐匿在后台”。

对于戈夫曼的理论，梅罗维茨表示了称许，但也提出了质疑。他反对把情境理解为一个具体的地点，一个物质环境。他认为情境的本质是一种信息环境。他指出，“研究情境对行为的影响的学者们，大多将关注点集中于人们在特定场所中发生的接触”，“但产生了一个问题：行为环境是否必须是有形的场所”，“事实上，对情境界定的讨论，可以将注意力集中于获取信息的过程而非物质场所”，“电子媒介超越了由物质环境所支撑的情境的界限与定义”。在这个意义上，梅罗维茨得以将伊尼斯、麦克卢汉的媒介决定论与戈夫曼等人的理论结合起来研究传媒对人类行为的重要作用。

梅罗维茨的一个创见是电子传媒的出现改变了人类生活的情境，并因此改变了人类的生活。他指出电子媒介的出现改变了社会情境之间的分界线，通过这种改变，“电子媒介给予我们的不单单是更快、更完全地接近事情和行为的方式，而是新的事件和新的行为。”在电子媒介兴盛的时代，这样的情境比比皆是：“当记者在电视摄像机前采访总统及第一夫人时，总统及夫人该怎样表现？这样的接触是三人间亲密的交谈，还是在全国受众面前的公开‘表演’？答案是两者皆是，因此两者又皆不是。”这种“第三”情境的出现导致了新的行为，这种行为原来在以往的两个情境——前台和后台中都不可能

[美] 乔纳森·特纳：《社会学理论的结构（下）》，邱泽奇等译，61页，北京，华夏出版社，2001。

周晓虹：《现代社会心理学史》，269页，北京，中国人民大学出版社，1995。

参见[美]梅罗维茨：《空间感的失落》，袁扬扬译，张国良主编：《20世纪传播学经典文本》，515～516页，上海，复旦大学出版社，2003。

同上书，523页、524页。

出现。

梅罗维茨倾向于将新的情境称之为“中部”，他认为这是一种具有后台倾向的新的前台行为，因为它的出现，原有的前台变得更加公众化，而原有的后台变得更加私人化。人的行为和社会角色的扮演因而变得更加复杂。梅罗维茨的上述观点很好地解释了为什么电子传媒时代，人的隐私遭到传媒侵犯成为一种不可避免的存在。同时，这些理论也委婉地解释了传媒是如何决定受众行为的。尽管受众并不是面对传媒无能为力的乌合之众，但他们的行为还是下意识地受到传媒所构建的情境的影响。

梅罗维茨还试图将自己的研究推向宏观领域，因此他将电子媒介的情境与印刷媒介的情境作了一个比较：在印刷媒介占统治地位的时代，读者文化程度的高低将读者分成不同的类群。然而看电视却不存在这样一个问题。“电视媒介所用代码的简单性，使之能将来自不同经验世界的视听形象显示给许多不同的受众群，由此冲破昔日由印刷传媒所造成的不同受众群的分界线，使不同阶层的受众群得以在更大程度上分享信息的内容。”

需要强调的是，尽管梅罗维茨的研究对伊尼斯和麦克卢汉是一种发展，使之更加精细化，但他的理论并没有在传媒决定论方面超越前人的思想藩篱。在梅罗维茨手里，技术决定论还不足以成为一种成熟的范式。

四、技术主义范式的成型

进入 20 世纪 90 年代，人们发现麦克卢汉以前所预测的很多东西正在成为现实，比如地球村，比如关于网络的设想。“我们进入新千年时，麦克卢汉更加显赫。自从他 1980 年去世以来，媒介演化的历史使他的比方和传播的现实更加匹配、更加清楚了。”于是新的技

张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，132 页，上海，复旦大学出版社，2002。

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉：信息化新纪元指南》，何道宽译，38 页，北京，社会科学文献出版社，2001。

术决定论思潮重新抬头，并再次成为传播学研究的热点。在保罗·莱文森、小麦克卢汉等学者的努力下，技术主义范式终于逐渐得以完善。当然，公允地说，这一完善的过程目前还没有完全告一段落。

与经验主义范式和批判主义范式的理论基础不同，技术主义范式的理论基础是唯技术主义。这种思想将技术看作是人类文明进步最主要的线索和最具有决定性力量的因素，是一种较为激进的历史哲学观。在极端的技术主义者那里，技术与社会发展有着直接的因果关系。即使一些较为温和的技术主义者，也把媒介描述成社会变动的巨大动力。由于采用了上述的视角，因此，技术决定论一般都不关注发生在微观的传播现象，而更注重宏观的社会现实。

技术主义范式的研究核心主要是传媒的技术。它对于传播所传递的内容并不关心，它对于传播中传授双方的行为也没有兴趣，而且它也并不关心传媒的技术特性本身，它只关心传播技术的发展对人类社会变迁的影响，尤其是根本性的影响。技术主义通常也关注人与技术的关系，但它更多强调的不是人对技术的能动作用，而是技术对个人和人类的重要作用。技术决定论是应信息技术的发展而生的。人创造了技术，技术又反过来对人和社会的发展产生影响，这是人类历史发展的动力之一。技术决定论只强调技术对人和社会的决定性影响这一过程而较少关注人创造技术这一过程，究其本质，这是一种较为机械的认识论。

从方法的角度来看，技术主义的方法不是单一的，研究风格也有多元化的特点。技术主义比较青睐伊尼斯所采用的方法——历史比较分析法。这是文献研究法的一种，带有定性研究的色彩。而麦克卢汉的存在，则进一步丰富了技术主义的方法论，他采用的直觉方法，也是一种具有强烈人文主义色彩的方法。因此，总的来说，技术主义的方法是典型的人文主义方法，更近似于批判主义的范式。有意思的是，尽管技术决定论强调科学技术，但是从根本上说，它到目前所使用的一系列研究方法还不能算是科学的。没有任何数据可以证明技术决定论者在技术上的断言，而技术决定论者似乎也不愿或根本不能用实证的方法去证明自己的观点。从伊尼斯、麦克卢汉等人的研究成果

来看，技术主义者在方法论上却往往是非科学主义的，这不能不说是一种多重意义上的反讽。

本书将技术主义范式的特点与经验主义范式和批判主义范式做了一个比较，具体情况请参见表 5-1。

表 5-1

要素 \ 范式	经验主义范式	批判主义范式	技术主义范式
理论基础	实证主义哲学	批判哲学	唯技术主义
研究核心	传播的效果	传播与社会	传播技术与社会
研究方法	经验主义方法	哲学思辨方法	文献研究法 直觉研究法
研究视角	微观	宏观	宏观
研究立场	保守	激进	激进

第二节 技术主义范式的二元结构

传播学的技术主义范式相对于经验主义来说是一个新视角，这主要体现在以下两个方面：

一方面，与经验主义范式相比，技术决定论从动态的和宏观的方面较好地解释了传媒的发展变迁对人和社会的重大影响，弥补了经验主义范式在这个方面的不足。他们所持的独特视角，确实给传播学以许多启发，使媒介与人的关系，新媒介对人的影响等课题取得了前所未有的突破性进展。而这些启发恰恰是以往经验主义传播学所忽视的。

另一方面，技术主义范式的主张确实对传播学的研究重点产生了冲击。对此，有学者评述道：“比起学者们反复挖掘、成果极为丰富的传媒效果研究或在许多重大而影响深远的传播学研究中都占据重要

位置的传媒内容分析来，以媒介技术本身为焦点的媒介分析，在传播学发展史上算不上是一个显赫的研究范畴。然而，近年来信息传播新技术革命的浪潮席卷全球的社会现实，却使媒介分析的现实意义清晰地凸现。”由于技术主义范式的坚持，媒介研究终于成为传播研究的重镇，近些年来越来越受到研究者的重视。

历史上所有关于技术与社会发展的讨论，都可以被划分为悲观主义和乐观主义两种，因此，在技术主义范式中本身就有一种二元对立的结构。在人类历史上，这两种极端的观点经常是此消彼长。乐观主义占上风时，人们认为牛顿和他的物理学就是上帝，科技能够解决人类面临的一切难题；而在悲观主义占上风时，人们也会像海德格尔那样认为总有一天技术会脱离人类的控制，成为人类必须面对的最可怕的异化力量。受到上述理论结构的影响，传播学的技术主义范式几乎从一开始就天然地分成两个阵营——乐观主义与悲观主义，这种二元对立的结构构成了技术主义范式最大的特点。

一、乐观主义的技术决定论

从传播学研究的萌芽状态开始，乐观主义的技术决定论就有许多忠实支持者。“研究传播的技术人员背景各不相同，从莫尔斯到麦克卢汉，从库利到阿尔·戈尔，从富勒到托夫勒。不过，他们一致认为，人类交流的不完美性可以借助技术而得到改善。他们想用机械或电子的手段来模仿天使。”

三位传播学的先驱人物杜威、库利和帕克就对传媒的发展充满了乐观主义情绪，他们认为美国社会当时出现的一系列政治、社会和伦理问题都会因为传媒的发展而烟消云散。尽管这三位先驱人物的观点并没有成为传播学的主流，但这种乐观主义情绪和对传媒力量的崇拜却一直影响着美国的传播学研究。对此，德弗勒指出：“我们从过去

张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，2页，上海，复旦大学出版社，2002。

[美]彼得斯：《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，23页，北京，华夏出版社，2003。

研究的轨迹中的确可以发现一种‘科技决定论’：主张科技决定了社会的变迁。大半美国的传播学者多少保持着决定论的观点，相信传播科技是造成美国社会变迁的主因。”

麦克卢汉可以说是乐观主义最重要的代表人物。这主要体现在他对电视的极力推崇之上。麦克卢汉对以电视为代表的电子传媒十分赞赏。他认为电子媒介是人全身器官的全面的延伸，类似于人的中枢神经。人的中枢神经系统把人整合成一个统一的有机体，电子媒介亦然。他指出，人们有史以来的传播就是从“伊甸园”走向“人的堕落”（在文字的印刷媒介的作用下）又“重返天堂”（在电子媒介的作用下）。他说：“字母表（及其延伸印刷术）……粉碎了部落人的枷锁，使之爆炸而成为个性的个体。电光印出的文字和电的速度，顷刻之间就将其他一切人关注的东西倾泻在每个人的身上，持续不断地将其倾泻在每个人的身上。于是人再次成为部落人，人类大家庭再次结成为一个部落。”

当然，在麦克卢汉看来，电视还不是传媒发展的终结，他感觉到还有更美好的媒介将会出现，并给人类带来美好的生活。他说：“目前，我们正在很快地接近人体的延伸的最后阶段——意识的技术模拟阶段，在这个阶段，知识的创造性过程将被集中地、共同地延伸至整个人类社会，如同我们已通过各种媒介延伸了我们的感官和神经一样。”

正是在麦克卢汉思想的影响下，梅罗维茨的媒介理论也表现出了某种程度的技术乐观主义。他认为，由于电子传媒的发展，人们的社会角色将变得越来越平等。在梅罗维茨看来，网络的出现将成为必然，人们将很快能从数据库中获得任何想要的数据库。而莱文森似乎也对网络充满了向往，他认为网络消解了把关人，人们可以自由地出版

[美] Shearon A. Lowery. & Melvinl. De Fleur: 《传播研究里程碑》，王嵩音译，21 页，台北，台湾远流事业股份有限公司，1998。

[加] 麦克卢汉：《理解媒介》，何道宽译，219 页，北京，商务印书馆，2000。

转引自张咏华：《媒介分析：传播技术神话的解读》，66 页，上海，复旦大学出版社，2002。

自己的任何文字，网络的出现使人们重回一个平衡的传播时代。这些思想直接导致了 20 世纪 90 年代以来“电子乌托邦”思想的出现。

“电子乌托邦”是一类技术乐观主义者观点的总称。总的说来，这种思想认为传播技术的革命将会把人类带入一个高度自由、民主和平等的理想国，“电子乌托邦”理论的代表尼格洛庞蒂在《数字化生存》的结尾“乐观的年代”中，兴高采烈地概括后信息网络时代数字化生存的四大特征：分散权力、全球化、追求和谐与赋予权力。这些思想大致从以下几个方面阐述了传播技术尤其是网络传播技术可能导致的社会变迁：

一是认为传播者与受众在网络上已经消除了彼此之间的角色差别，因此它将改变传播者支配传播的局面，从而实现信息均等。它将改变传统的政治形态，网络政治形态具有快速性、公开性、公平性、高效性，它使社会政治结构从以往由上而下的金字塔结构转变为以横向联结为主的网络结构，有利于政治决策民主化；“电子民主”的出现将促使代议民主制过渡到更广泛、更直接的参与民主制；政府上网将促使电子政府、虚拟政治的诞生，提高政府工作的透明度，把政府行为置于民众的直接监督之下。这种平等最终也将带来社会关系的平等，人的社会地位差异将会消失，贫富差异也会最终消失，人与人之间的知识差距也会消失。这种观点推而广之，就可以被运用于跨文化传播的领域中，以至有学者认为，早晚有一天人类会实现“信息无国界”的理想并最终实现人类大同。

二是认为传播技术的改变可以简化人的劳动，使人的传播过程乃至整个生活都变得更加自由。一方面，人可以自由地得到更多的信息，更多的信息意味着更多选择，因此生活可以更加丰富多彩；另一方面，人可以得到更多可供自己支配的时间。比如以后就不需要学校教育，所有人都可以在家中接受远程教育。只要愿意，人们可以不到办公室上班，不到商店购物，不到茶馆聊天。这一切都可以通过传播媒介完成，因而人们有足够的时间做自己想做的任何事情。

三是认为传播技术所发挥的教育功能可以使人的道德变得更加高尚。由于进行教育的方式变得更方便，可以时时刻刻通过传播媒介将

真、善、美的理念传播给每个人，因此，人的道德水准将得到巨大的提高。另外，强有力的沟通会使人与人之间有越来越多的共识，犯罪率下降，社会问题大大减少，社会风气将变得十分美好。

1983年，美国学者汤姆·斯托尼尔在他的《信息财富》一书中，进一步探讨了信息社会的一些新现象，集中地体现了乐观主义的技术论者对未来的看法。他指出，后工业社会的发展方向与趋势是“将来每个人都是贵族，也都是哲学家。教育体系大规模扩大后不仅将提供谋生的手段和知识，而且也将提供如何生活和训练的知识……在信息社会候机期，我们将不必为所有的物质资源操心……在历史上将第一次出现解决问题的速度超过问题产生速度的情况。这将使我们有可能集中精力去做下世纪真正要做的事：互相关心，研究做人的意义，探索知识，向宇宙进军。”

二、悲观主义的技术决定论

其实，传播学悲观主义的源泉可能要远远早于乐观主义。它的源头要追溯到柏拉图和亚里士多德关于集权主义的理论，在中世纪前后又得到基督教神学的发展。文艺复兴时期和启蒙主义时期，马基雅维利、霍布斯、卢梭等思想家纷纷加入这一阵营，使这一阵营有了坚实的理论基础。工业革命以后，对技术的悲观主义情绪在非理性主义哲学家那里得到阐发。作为20世纪最伟大的哲学家之一，海德格尔预言：全部的技术是一大框架，让人沦陷其中，而技术提供的力量总有一天会超过人类所能理解和控制的范围。到了今天，一些极端的悲观主义者甚至公然否认人类社会是一个进化的过程。

尽管在观点上相去甚远，但实际上，技术悲观主义与技术乐观主义是一个问题的两个方面，当技术乐观主义在现实中碰壁之后，就很容易成为一个技术悲观主义者。

进入20世纪以来，传播技术并没有像杜威、库利等人设想的那样成为社会民主化的重要工具，也并没有解决人的异化问题，更没有

[美] 汤姆·斯托尼尔：《信息财富——简论后工业经济》，184页，北京，中国对外翻译出版公司，1986。

为人类带来预期的和平。相反，在二次世界大战中，当传播技术尤其是无线电广播技术被掌握在少数野心勃勃的政治家手中时，传播技术成为独裁、奴役和战争的帮凶，给世界人民带来了巨大的灾难。正如拉扎斯菲尔德与默顿所提到的那样，大众传媒是一种既可以为善服务、又可以为恶服务的强大工具；而总的来说，如果不加以适当的控制，它是为恶服务的强大工具。

在这样的背景下，伊尼斯成为了第一位伟大的悲观主义技术论者。如果说麦克卢汉几乎把电视作为解决西方文明进程中种种问题的灵丹妙药，那么伊尼斯则更具有忧患意识。他在考察了西方文明的传媒偏向后指出，西方文明是一种过于倚重时间偏向的文明，时间与空间的平衡正在丧失。“工业主义就是关注技术，这意味着把时间切分成精确的段落，以满足工程师和会计师的需要。由于无法避开工业主义对时间的要求，我们评价空间局限性的能力从而被削弱。技术不断的变化，尤其是传播技术的不断变化（比如广播电视的开发），使我们难以认识到时间和空间的平衡，求得时间与空间的平衡就更困难。”伊尼斯认为，西方在这个问题上缺乏经验。“经验的缺乏是一种危险，西方世界面对着不确定因素和战争。”

今天，由于目睹网络问世后某些不良社会现象的出现，悲观主义的技术决定论依然有不少支持者。他们对于网络技术的未来及其可能造成的社会后果充满悲观的看法。

与乐观主义相对，悲观主义者不认为社会将变得更加民主，相反他们指出，网络这种先进的技术只会造成更大的信息差距、社会差距和经济差距。美国国家远程通信和信息管理局从1995年7月到2000年10月先后四次发布了关于美国国内数字鸿沟问题的报告，将数字鸿沟列为美国首要的经济问题和人权问题。这些报告显示了美国国内数字鸿沟正在不断加剧的社会现实。这正好说明，在网络时代，贫穷的人将更加一无所有，而富人们将越来越富有，社会将出现信息的底

[加] 哈罗德·伊尼斯：《传播的偏向》，何道宽译，119页，156页，北京，中国人民大学出版社，2003。

层阶级。“在信息社会，富人与穷人将出现严重‘差距’”，“不同收入群体与同知识层次群体相互沟通的能力衰退”。与此相适应，悲观主义者还认为世界会出现信息富国和信息穷国，世界各国间的贫富鸿沟会因为信息科技尤其是互联网的发展而加深，民族和文明间的冲突将进一步加剧。一项统计表明，“目前发展中国家平均每百人仅拥有1.2台电脑，而美国是48台”。这样下去，势必是贫国越贫而富国越富。

悲观主义者也不认为人会变得更加自由，那些远距离办公、网上购物、远程教育甚至媒介使用在他们看来，并不是让人变得更加自由，相反他们将又被一种新的科技产品所异化。科亨指出：“这些梦想家勾勒出的远景，依我所见，只看到废弃的购物中心、大街上的店面都以木板封死，以及空无一人的电影院——亿万世人坐在屏幕前，在这个或那个服务之间跳来跳去，每一个人都自己的小天地内活动。”如前文所述，在电视盛行的时代，就出现了“电视人”和“容器人”的假说，这些人的个性被极度扭曲。悲观主义者观察到，目前有部分网虫沉溺于网络，不分昼夜地泡在网吧中不能自拔，其状况比起“电视人”来，简直是有过之而无不及。正如本书前文所提及的那样，在某些个案中，越是沉溺于网络的人，在现实生活中就越是容易自闭，在网上越是活跃的人，在现实生活中就越是沉默。而且经过长期的互动，这种情况会变得越来越严重。罗温塔尔对媒介对人的异化忧心忡忡，他指出，“真正的交流需要心心相印，需要分享内心的经验，交流被非人性化的原因，是受到现代文化中的媒介的蚕食

[美] 托马斯·鲍德温、史蒂文森·麦克沃依、查尔斯·斯坦菲尔德：《大汇流：整合媒介信息与传播》，龙耘、官希明译，325页，北京，华夏出版社，2000。

转引自明安香主编：《信息高速公路与大众传播》，193页，北京，华夏出版社，1999。

[美] 托马斯·鲍德温、史蒂文森·麦克沃依、查尔斯·斯坦菲尔德：《大汇流：整合媒介信息与传播》，龙耘、官希明译，321页，北京，华夏出版社，2000。

——先是报纸的蚕食，接着是广播电视的蚕食”。

对于人的道德将受到的影响，悲观主义者更是有不同的看法。在早期的电视研究中，就有学者指出电视中的暴力镜头会对受众尤其是儿童产生影响，使他们在日常生活中具有越来越多的暴力倾向。网络出现以后，悲观主义者又纷纷认定人的劣根性将可能在匿名的网络空间里表现得淋漓尽致。他们的理由是网络的出现可能导致传播内容失控。由于网络的去中心化的技术特征，因此对传播控制变得十分困难。在这种情况下，黄毒泛滥、隐私权丧失成为两个不可避免的后果，人们胸中“那口肮脏的大锅”将在网上得以彻底的显现。早在1995年，来自美国宾夕法尼亚州卡内基·梅隆大学的一个研究小组在一份名为《信息高速公路上的色情营销》的研究报告中指出：“少年儿童是电脑色情的最大受害者。”这份报告受到美国国内许多人的重视，并引发了热烈的社会讨论，人们纷纷呼吁采取措施限制网络“黄毒”。然而，“黄毒”并没有因此而销声匿迹，反而更加猖獗。当前，网站上黄色图片和文字的泛滥，已经成为每个国家文化部门和教育部门深感头痛的问题。另一方面，个人的隐私权更是因为无处不在的电子监视和网络不负责任的传播而变得形同虚设。近些时候有传媒报道，在某些网站上，传播者将偷拍来的各种私生活画面作为传播内容从而谋利，每一个普通人都可能成为这些网站的猎物。一般人第一次感觉到自己生活在福柯所说的“全景式的电子监狱”中。

互联网可能威胁国家安全和社会安全。由于互联网上的技术还远非完善，导致某些涉及国家安全的保密信息系统难以避免“黑客”的非法侵入，从而对某些公共部门的正常运转带来阻碍。至于通过互联网进行诈骗或者窃取他人的电子存款的事件，更是屡屡被媒体曝光。通过刻意编程或者无心失误，电脑病毒通过互联网广泛传播，经常使

转引自〔美〕彼得斯：《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，264页，北京，华夏出版社，2003。

参见明安香主编：《信息高速公路与大众传播》，149～150页，北京，华夏出版社，1999。

大批的电脑在一夜之间瘫痪。面对网络容易被人利用的技术缺陷，忧心忡忡的研究者们指出，“随着人们对信息网络依存性的增强，人与社会受制于信息网络控制及其发生危险事故时的脆弱性也将增大，甚至可能发生人力不及挽救的灾难”。

对于媒介可能产生的社会失控方面的灾难性后果，美国前国家安全顾问布热津斯基有着最为悲观的看法。他在著作《大失控与大混乱》中指出，作为年轻人接触社会和接受教育最重要的工具，以电视为首的大众传媒使“社会行为失去了控制”。在布热津斯基看来，以电视为首的大众传媒主要在两个方面使社会处于一种失控状态：

一方面是引发全球范围内的精神危机。由于宣扬物质与享受，电视让人放弃信仰，而改信拜物教。“电视——大众文化的主要提供者——越来越把幸福生活的定义说成是更普遍地获得商品和立即得到自我满足。”这样做的结果是使人们的精神空虚，纵欲无度，除了对眼前的和物质的生活欲望外，对一切都漠然置之。

另一方面是使人类陷入道德沦丧的境地。布热津斯基指出：“大众传媒所传播的价值观念一再表明，它完全有理由可被称之为道德败坏和文化堕落。在这个方面，电视尤其是罪魁祸首。”他认为，从电视节目中推断出的价值观念主要是：自我满足、“视强暴和野蛮行为为正常现象”、鼓励性乱行为以及“迎合最低级的尽人皆知的本能。”

很显然，在乐观主义者视野中像上帝般万能和圣洁的大众传媒，在悲观主义者眼中却是地狱的魔王撒旦。

三、对两种技术决定论的反思

其实，悲观主义也好，乐观主义也好，他们的理论观点中都有许

明安香主编：《信息高速公路与大众传播》，75页，北京，华夏出版社，1999。

[美] 兹比格涅夫·布热津斯基：《大失控与大混乱》，潘嘉玢、刘瑞祥译，82页，北京，中国社会科学出版社，1995。

同上书，82页。

同上书，82页。

同上书，81～82页。

多可取之处，在现实中也都能得到实证支持。媒介给人和社会带来的便利和利益致使现代人一日都无法离开媒介；而媒介给人和社会带来的负面影响也确实给现代社会带来了许多麻烦。然而悲观主义对媒介的好处通常视而不见，而乐观主义对媒介带来的问题又往往忽略不计，这就导致它们在媒介作用问题上的观点都是比较偏激的。人们不禁要问，媒介的重要性真的像技术主义范式所想像的那样，会对人类社会产生那么重要的影响？

悲观主义与乐观主义的二元对立从一开始就消解了技术决定论范式的整合性。两种完全不同且很难整合的观点使技术决定论范式无法形成强大的解释力，以应对时代对传播学提出的要求。

尤其不能容忍的是，两种决定论的观点尽管在具体问题上看法大相径庭，却有着相当一致的致命缺陷。技术决定论之所以在什么时代都会受到批判，一个很重要的原因就是在对媒介的因素极端重视的同时，对人的因素的极端忽视。技术决定论认为在以往的传播研究中，媒介的重要性被大大地忽视了。因此，作为一种矫枉过正的理论，技术主义在强调媒介的重要性时，把人作为传播主体的重要性给忽略了。通过贬低人的主体性，技术决定论完成了将传媒技术上升到传播研究中心的工作，在传播技术对人和社会的影响研究方面走在了经验主义范式的前面。

另外，作为一种过于简单的因果推论，两种决定论似乎都想证明“传播科技是自发自生的，按照本身孤立的逻辑发展，不受周围环境的影响，也不受社会秩序和社会制度的制约。因此，媒介科技总是单独地影响社会环境和人类行为的变化”。而事实上，媒介科技的发展在多数情况下并不是因，而人类行为也并不是果，两种要素之间的关系绝不仅仅表现为一对简单的因果关系。

这样的理论在信息时代早期也许会风光一时，但很快就会遭到各种观点的反驳和抨击。因为，信息社会更重视技术背后的人，重视人的信息属性。信息社会传播的实践告诉我们，即使像信息社会这样一

个传播技术高度发达的社会，社会中最重要的人依然是人。在网络传播中，作为传播主体的人是一切传播的核心，没有人的传播，网络就没有任何意义。如果不能清楚地认识和解释具有主体性的人，那么也就无法解释技术对人的作用。要真正解决信息社会传播的课题，还是要从人的角度着手进行研究，要从人的角度去分析技术，而不是像技术决定论者那样本末倒置。技术决定论虽然今天依然有很大的市场，但它注定不能正确回答信息社会所提出的课题。

第三节 技术主义与人文主义之争

传播学技术决定论将科技对传播的作用发挥到了极致，试图以此解释传播学面临的结构性危机，但结果却进一步加深了传播学研究的结构性危机。在技术决定论的框架中，传播学对人主动性的漠视到达了登峰造极的地步。比如“电子乌托邦”的思想，在很大程度上就完全无视人的主观能动性以及各种社会因素的存在，这种思想必然要受到声讨。正如席勒所说：“我们都听过这样的预言：因特网将把我们带入一个和平美好的世界，它将振兴儿童教育，迎来一个健康的直接民主时代，并最终创造条件，实现微软总裁欢呼的那种‘没有摩擦的资本主义’……有什么证据可以证明信息正在进入一个脱离了各种主流经济关系和社会制度的王国？在电脑网络的感召下，贫困和统治正在慢慢消失？”由于“电子乌托邦”的理想与现实有较大的差距，它不仅遭到了悲观主义者的反击，而且也遭到了传播学各个流派共同讨伐，其中，具有人本主义因素的传播学理论的态度最为坚决。人本主义的观点并不是最激进的，但随着时间的发展，人本主义与技术主义的分歧越来越引起人们的关注，同时也引起了技术决定论者的反思。

对于传播中人与技术的关系，人本主义传播学提出了自己的观

[美] 丹·席勒：《数字资本主义》，杨立平译，引言 11 页，南昌，江西人民出版社，2001。

点，这些观点既不同于技术乐观主义，也并不像技术悲观主义那么绝望。

一、研究核心的分歧

技术对传播的影响不可谓不大，许多研究者都观察到媒介技术及其副产品——新的语言经验对人性的深刻影响。比如有研究者认为电子交流的历史“与其说是交流频率的演变，还不如说是人们在一系列竞技场中所商谈的对社会的行为准则至关重要的种种话题。这些话题包括：谁在场内，谁在场外；谁可以说话，谁不可以；以及谁有权威且可以相信”。甚至有人认为，信息技术的发展改变了人的思维及世界观。技术决定论因此就认为，传播的施动方和核心是技术，技术是一个自我发展不受干扰的独立系统，科学技术的发展必然会推进人类社会的进步。

但在人本主义的视野中，技术不是什么不受干扰的独立系统，这个系统受到人的控制和管理，人始终是而且也应当是信息及信息技术的创造者和管理者。从这个意义上讲，即使信息及信息技术有决定性的作用，它也是人所赋予的。没有人的主体活动，就没有社会信息，从而也就没有信息技术。没有人的技术创新以及相关管理措施的保障，任何媒介技术都形同虚设。网络作为最先进的媒介平台，离开了人的参与，就是虚无而不是存在；离开了人的管理和维护，网络就无法发挥任何作用。没有人的正确导向，再先进的科学技术都会产生负面的社会功能，甚至使人类社会退步。如果说传媒对人具有决定性的影响，那么这种决定性的施动方也不是传媒而是做出选择的人。

人本主义认为，技术所能产生的影响是非常有限的。在技术上可能发生的事，在现实中会因为种种人为的因素而变得并不可行。比如从技术上讲，“地球村”早就可以成为现实，而事实上，目前跨文化传播却是信息沟通与信息壁垒同步加强，文化趋同和趋异同步深化。和平交流比任何时代都要频繁，民族间的冲突比任何时代都要复杂。技术决定论依靠某种逻辑推理，只论证可能和应该发生的事，而缺乏

[美] 马克·波斯特：《信息方式》，范静哗译，12页，北京，商务印书馆，2000。

对现实的细致分析和实证研究。这样的理论解决不了实际问题。

技术的作用也是有限的。技术其实并没有让我们生活的世界改变太多。“符号的交换、信息的发送与接收、资讯的获取都仍像人类使用语言之初。”“新的技术只是帮助我们设计完全现代化的方式，追求古老的目标。”网络就是这样。今天，在最初的激情被失望和挫折抑制后，有许多人已经不再持有“电子乌托邦”的美梦了。

当然，信息和传媒技术对人的影响是客观存在的，对于个别人的影响甚至是决定性的，但这种状态正是人本主义者批判的对象。他们认为这是一种不正常的现象而不是技术决定论所认为的正常现象，是一种人被技术异化的现象。人创造出技术，最后却被技术所奴役，在人本主义者看来，这是一件可悲的事。人不应受技术的驱使，而应当是技术的使用者，这种使用具有主动性。“虽然现代传播领域有了许多复杂的新技术，但作为仍属于与人打交道的领域，它在很大程度上还是为人的能动作用的发挥留有了余地。”如果使用得当，技术不应是一种压迫人的力量。

在这一思路的基础上，有一些具有人本主义色彩的研究者指出，传播学应当认真研究人如何摆脱信息技术的异化。“传播学的诞生，根源于媒介与人的关系的异化……传播学既是社会精致化管理技术的一部分，也是人们试图摆脱这种媒介控制，挽救言论和思想自由的一种努力。”这种观点在很大程度上弥补了技术主义和经验主义传播研究观的缺陷。有些研究者走得更远。在彼德斯看来，想通过技术手段做到完美的交流完全是徒劳之举。在现代社会，技术手段越来越发达，但人与人之间的沟通却依旧经常失败。“交流问题根本上是难以

[美] 马克·波斯特：《信息方式》，范静哗译，1页，北京，商务印书馆，2000。

[美] 迈克·德托罗斯：《资讯新未来》，罗宗耀译，312页，台北，台湾时报文化出版企业股份有限公司，1997。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，56页，上海，复旦大学出版社，2000。

吴予敏：《传播知识论三题》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，73页，上海，复旦大学出版社，2002。

驾驭的问题……这个问题很快会成为一个信仰和风险的问题，而不是技术和方法的问题”。

对于人文主义的观点，在认真地对自身理论做出反思后，技术主义做出了相应的调整。尽管依然强调技术的重要性，但他们已经开始考虑给人的主动性安排一席之地。正如莱文森所指出的那样，“对于我们的发明，我们是有所作为的”，“我们可以精化技术，指引技术，使之按照我们感知和需要的道路发挥作用，而不是按照改造我们感知和需要的道路发挥作用”。

二、研究方法的分歧

前文已经阐述，技术主义的方法恰恰并不是一种科学主义的方法。技术决定主义的大师们习惯于站在人类媒介发展史的角度，对传媒与人类社会的关系做出历史性的和直觉式的研究。这种人文科学常用的方法遭到了经验主义方法论的攻击，同时也受到了人本主义者的攻击。

技术主义范式尽管在具体方法与人文科学的一般方法很相似，但它依然把人看作是缺乏主动性的物——甚至比经验主义有过之而无不及。因此它无法在微观层面上深入研究处于传播情境中的活生生的人。如果说，经验主义只是在如何研究人的问题上与信息社会的要求有差距的话，那么技术主义在人的问题上与信息社会的要求可谓是南辕北辙。技术主义不但没有克服上述经验主义的缺陷，而且常常把人及人所构成的社会看作是一群在技术面前毫无主观能动性毫无差别的动物。

正是因为如此，英尼斯从传媒偏向的分析中所推导出的结论常常无视文明的特殊性，无视除传媒外的其他因素对于人类文明发展和帝国建构的意义。针对他的观点可以找出许多事例来反驳。而麦克卢汉

[美] 彼得斯：《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，24～25页，北京，华夏出版社，2003。

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉：信息化新纪元指南》，何道宽译，286～287页，北京，社会科学文献出版社，2001。

对电视和计算机网络的乐观主义推理也不能成立，在他没有考虑人对电视和网络的主动性使用时，他的预言就不可避免地要出现问题。至于梅罗维茨，其实他也没有能摆脱简单的推断，他认为媒介科技的变化必然导致社会情境的变化，事实证明，这种观点也未必就一定成立。在人本主义者看来，这些推理之所以不正确或者缺乏解释力，是因为它们在方法论上都有一个荒唐的前提假设，那就是把人设想为被动的、简单的和没有思考能力的动物。

这种方法论意义上的假设是人本主义者无论如何都不能接受的。在人本主义者看来，要对人进行深入细致的研究，不能像经验主义和技术主义那样将人视作物，采用量化的手段去进行分析，而要对人尤其是人的心理进行深入理解，并阐释人的行为。不对人的主观能动性进行深入分析，只是把技术与社会两个变量放在一起比较，认为技术有其自身发展的规律，不以人的意志为转移，因此得出媒介决定社会发展之类的理论，在逻辑推导上是不合理的。这种因果推导的方式不但不科学，而且简单得有些武断。按照技术主义范式的方法论，研究者也可以做出相反的推断，那就是社会创造了技术，但社会的发展遵循的不是技术发展的规律而是人类自身的发展规律，因此社会决定了技术发展。

其实，技术与社会或者技术与人都不是自发展的系统，它们都要受到彼此的互相影响，它们经常出现互为因果的情况，而且也都要受到其他因素的影响。从方法论的角度来看，任何简单的因果推理都不足以说明技术与人或者技术与社会间的复杂关系。

三、受众理论的分歧

由于观点的极端对立，人本主义者与技术决定论者在受众理论上展开了全面的论战。面对“电子乌托邦”论者的受众观念，人本主义者持强烈的反对意见。

人本主义者认为，从网络传播的实践来看，原先设想的那种社会平等并没有到来，相反，社会地位上出现了新的差异。一些熟练掌握信息技术的人成了新的“贵族”阶层，而大多数人只能靠在虚拟社会中沉醉来自我慰藉。社会的不平等被网络改头换面，但不平等仍然存

在。当然，情况也不如技术悲观主义者想像的那么糟，网络的出现确实在一定程度上增加了人们的政治参与机会，对社会的民主化进程依然是一种推动。人本主义者指出，技术在解决了某些旧的社会问题的同时，也就催生了许多新的社会问题。用辩证法的观点来看，世界永远是对立统一的，技术能够有助于解决旧有矛盾，但旧的矛盾消失时，新的矛盾也因之而产生。技术在解决人类各种矛盾时，也得受到这个规律的制约。技术不可能一劳永逸地解决所有问题，但它也并非总是使情况变得更糟。受众若要享受真正的社会平等，不能把自己的理想建立在技术的改进上，而应当付出更多的主体性努力。

第二个反对意见是，人本主义者认为，在新的技术时代，受众未必就实现了传播和生活的自由。自由是一种自主的活动。从接受信息的层面上看，尽管在网上受众有选择信息的自由，但是在信息的汪洋大海面前，受众常常会不知如何选择。信息的爆炸和信息的匮乏往往只产生一个后果，那就是受众传播的自由受到局限，受众会感到一种信息过剩的焦虑。实证研究表明，大多网众并不自由，他们常常只在一个很小的虚拟社区中活动，经常光顾的网站不会多于五个，网众的自由其实都是一种自我暗示的结果。当然，受众的自由也并没有像悲观主义所说的那样被剥夺，技术决定论总是把技术对人的影响夸大到极致，其实技术对受众的影响是长期的，潜移默化的，在日常生活中根本就不容易观察到。那些被称为“鼠标土豆”和“沙发上的土豆”的人，在现实生活中是不多见的。至于网络能不能代替诸如办公室、学校等场所，使人有更多的闲暇时间，分歧就显得更大。人本主义传播学者常常认为，人的面对面交流是不可或缺的，人如果总是接受远程教育或在家中办公，从某种意义上讲，这又成了一种新的人身限制。这种限制在根本上有碍人性的全面发展。

人本主义再次提出，任何新媒介作为一种新的尺度介入人的生活，必然会带来正面和负面两种影响，不可能只有正面的或者是负面的影响。

四、效果研究的分歧

技术决定论者往往都是一些强效论者，因此在传播效果的研究上

与经验主义、批判学派的观点都不一样。他们认为媒介的效果是具有决定意义的，有时这种决定意义连人自己都感觉不到。因为这种效果不是传播的内容的效果，而是传播媒介本身的效果。他们认为，“媒介是处于我们知觉之外的操纵我们的东西”，与传媒的形式相比，传媒的内容对受众几乎没有什么影响。按照技术主义的这种逻辑，经验主义的效果研究完全就是伪命题。

这种观点有时不是没有道理的，比如晚上停电了，平时爱看电视的人就会觉得无所事事，因为他已经习惯了电视的生活方式。但是效果研究忽略传播的内容对受众产生的影响，无视受众的主观感受，也会得出一些天方夜谭式的想法。

以效果研究中的“数字沟”问题为例。许多技术主义者认为，从网络传播的技术特性来看，只要有条件上网，就能实现受众间的信息平等。于是他们认为，只要把“信息高速公路”建设好，让每个家庭都有一个终端，“数字沟”现象就不复存在。这也是克林顿总统下定决心要搞“信息高速公路”的根本原因。

对这种论断，人本主义者常常不以为然。且不说每个家庭一个终端很难实现，退一步看，就算实现了这个条件，知识沟也还是一个客观存在。从受众的角度来看，知识沟的存在通常取决于三种主体的因素而非技术方面的原因：

首先，表层的因素是个人情况的不同。比如不同性别、不同年龄、不同社会地位、不同职业、不同文化程度和不同收入显然会对知识沟产生影响。又比如，两代人即使得到同一信息，也会得出不同的评价。于是，年长者可能获取了信息中的某一部分，而这一部分可以有力地支持他的观点。而年轻人却可能恰恰忽略了年长者获取的信息，而记住了另一部分信息。而不同的职业及其收入就决定了人们上网的时间和频度，即使每家一个终端，上网时间不同，知识差距依然会体现出来。如是，知识沟依然存在。

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉：信息化新纪元指南》，何道宽译，286页，北京，社会科学文献出版社，2001。

其次，较深层的原因，不同的人对不同的信息敏感程度不同，接受程度不同。同样是记者，同样采访一件事，有人可以获得独家新闻，而有人却只能人云亦云。同样是受众，同样接受一个信息，有人就能成为意见领袖，而有人却不知所云。这与每个人的受教育情况和智能结构、人生的其他阅历、人的个性特征和获取信息的方法有很大的关系。在每个人都能接收到信息的条件下，有人因为敏感和热衷于思考而获得了更多的信息，而有人却可能因为麻木和无知过滤了绝大多数的信息。

最后，最深层的原因，不同的人获取信息的目的和动机是不同的。这与每个人的兴趣爱好、思维习惯以及所处的社会情境和文化环境如社会群体有相当大的关系，甚至有很大的偶然性。信息时代的受众在这方面的个性表现得尤其明显。这种个性必然会拉大每个人在不同知识层面上的沟距。

从上述内容来看，仅从技术的角度解决信息差距的努力必然是徒劳。

人本主义强调技术主义的效果研究是本末倒置的，研究效果应当从受众的主动性而不是技术出发，应从受众使用技术出发而不是从技术驱使受众出发。信息技术并不是受众生活中不可替代的内容。对于许多人来说，在上网的热情过去以后，网络对于他们的意义不过就是一个便捷的电子信箱或一份当天的报纸。也许网络真的增加了一种受众认识世界的视角，但很快就接纳了网络的受众不会感到生活因此发生了天翻地覆的变化。多数受众只会根据自己的实际需要去选择媒介，而不会沉溺于媒介并为之放弃自己的美好生活。因此，媒介有没有效果，完全要看受众使用媒介的感受。

当然，人本主义者也不赞同经验主义范式在效果理论上所持有的主张，认为传播的效果都有普遍规律。人本主义者倾向于从主体性的角度去分析受众接受信息时的多元化的行为特征，从而针对传播效果做出多元化的解释。

由此可见，在人本主义者眼中，一切的效果研究归根到底都必须建立在对人的有效研究的基础上。忽略了人的主观作用，就不能解释

传播的效果。

综上所述，人本主义者认为，正是因为技术主义对人的理解有很大的误差，所应用的方法也并不科学，技术决定论者的理论对信息社会的解释往往是肤浅的，只能解释一些表面问题。技术主义研究范式的这些缺陷，不能承担起传播学革命的历史重任。而在这场与技术主义范式的争论中，人本主义的观点由零散到系统，逐渐成为了一个呼之欲出的新的研究范式。

第六章 传播学研究新范式的崛起



技术决定主义所表现出的强硬立场，并不能解决信息社会和网络社会提出的问题，相反，还有可能将传播学的研究引入歧途。这说明，技术研究不应当成为传播学研究的中心理论，应当成为传播中心理论的是对传播研究主体——人——的研究。

针对经验主义与技术主义日益明显的理论缺陷，经验主义以及技术主义都想通过范式内的变革来加以克服。它们开始进一步重视人的重要意义，并都出现了向主体回归的发展趋势。然而这些努力都无法在根本上改变各种范式在人性假设上的缺陷。新人本主义研究范式自然地提上了议事日程。

第一节 回归主体性

在新人本主义范式浮出水面之前，经验主义范式已经出现了重视传播主体的研究倾向，并取得了一些初步的成果，有人把这种变革后的范式称之为“后实证主义”。与此同时，自 20 世纪 90 年代以来，

通过反思和自我修正，技术决定论的人性化转向也表现得非常明显，与以往的“硬技术决定论”不同，新的技术决定论者开始强调人在技术推进过程中的主观能动作用，因而被称为“软技术决定论”。由此可见，把人作为传播学研究的中心，简直可以说是“众望所归”。

一、经验主义的人本主义转向

20世纪60年代以后，在与批判学派进行论争的同时，经验主义研究范式也开始意识到自身的不足，并对此进行了反思。经验主义传播学家D·K·伯洛对自己所接受的经验主义范式的观念产生了根本的怀疑：“和我的许多同事一样，我根本不理解我所相信的基本假设和理论结果，也把握不了我从中受教育的研究传统的有限的繁殖力。我不认为作为线性因果决定论之基础的那些假设可以说明传播事件的主要问题”。他的这种观点受到许多经验主义研究者的认同，具有一定的代表性。经验主义范式的继承者们在反思之余，不再自称是“实证主义者”，而是纷纷加入了变革经验主义研究范式的行列。新经验主义或者如有些学者所称的“后实证主义”因之诞生了。“从60年代开始，以信息技术为先导的新技术革命成为人类社会发展变化的最大的动因。传播媒介技术的迅速发展和相应带来的社会管理问题，必然成为传播学的新经验主义知识探求的核心。”

新经验主义，究其实质，是经验主义向人本主义研究转向的结果。它的产生，与意识到批判学派的合理成分有一定关联，同时也受到行为科学20世纪60年代“复归人”的研究旨趣的影响。有学者对经验主义传播学的这种转向做出如下的阐释：

1. 比以往更强调对大众传播媒介的使用。随着向更新型传播媒介的转化，受众行为的重要作用将变得更清晰。

[美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，465页，上海，上海译文出版社，2002。

吴予敏：《传播知识论三题》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，74页，上海，上海译文出版社，2002。

2. 向认知科学或信息处理思路的转变。这种思路至少包括下面三个方面：

a. 自变量由说服变量（比如消息来源的可信度）向表述概念（即所用语言的本质）和结构本质（在媒介中事件是怎样包装和表现的）转变。

b. 因变量由态度（对一个对象或反对或支持的评价）向认知（关于一个对象的知识或信念）转变。

c. 对传播结果的强调重点由改变（比如，态度改变和行为改变）转向重构（包括我们建构关于事件的图解或模型，或者对真实的社会建构）。

有学者认为，新经验主义的理论支撑是建立在后实证主义基础上的。相比于实证主义，后实证主义具有一定的相对主义色彩。它不再承认人们有可能完全达到真理。有学者做出这样的阐释，“客观真理虽然存在，但是其真实性不可能被穷尽”，“‘真实’永远只是客观实体的一部分或一种表象，所谓‘研究’就是通过一系列细致、严谨的手段和方法对不尽精确的表象进行‘证伪’而逐步接近客观真实”。有学者为此专门比较了两种范式在基本观点上的不同，见表 6-1

表 6-1

	实证主义	后实证主义
本体论	朴素的现实主义——现实是“真实的”，而且可以被了解。	批判的现实主义——现实是“真实的”，但只能被不完全地、可能性地得到了了解。

[美] 沃纳·赛佛林、小詹姆斯：《传播理论：起源、方法与应用（第四版）》，郭镇之译，15 页，北京，华夏出版社，2000。

陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，15 页，北京，教育科学出版社，1999。

同上书，14 页。

续表

	实证主义	后实证主义
认识论	二元论的/ 客观主义的认识论; 研究结果是真的。	修正的二元论/ 客观主义的认识论; 批判的传统/ 研究群体; 研究结果有可能是真的。
方法论	实验的/ 操纵的方法论; 对假设进行证实; 主要使用量的方法。	修正过的实验主义的/ 操纵的方法论; 批判的多元论; 对假设进行证伪; 可以使用质的研究方法。

经验主义转向的一个必然结果是，经验主义比以往任何时候都更重视受众，关注受众的主动性。如前所述，由于早期许多经验主义传播学家常常把受众看作是一盘散沙的乌合之众，因此很少将目光投向受众。然而，随着时间的推移，传播学家们越来越感到，受众是传播中一个非常关键的要素。这种转变集中体现在经验主义的效果研究上。

效果研究经历了一个漫长的历程。如第四章所述，在 20 世纪 40 年代初或更早的一段时间里，“魔弹论”认为，传播的内容就是传播者射向受众的子弹，而受众是毫无抵抗力的靶子。在 20 世纪 40 年代之后，拉扎斯菲尔德、霍夫兰等学者提出了“二级传播理论”与“有限效果论”，用以说明受众是如何接受信息的。与早期强效论不同的是，这时研究者的目光已经投向受众。正如拉扎斯菲尔德和卡茨所说的那样，“关于大众说服过程的传统观念应该给‘人’留个位置，将它作为在传播媒介的刺激与意见、决定和行动的合成品之间的介入因素”。60 年代开始，效果研究“受众化”趋势越来越明显。一个标志是“使用—满足说”的提出。尽管“使用—满足说”“还远远不

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，163 页，上海，复旦大学出版社，2000。

是一种理论，但它指明了形成理论可能采取的某些方向”。“使用—满足说”最大的特点就是把受众的需求放在很重要的地位，指出媒介是否具有效果体现在它是否满足了受众的需求。“使用—满足说”在最大程度上体现出了经验主义传播学的人本主义转向。

转向的另一个结果是对于认知过程的重视。认知过程是社会学习理论研究的重镇，而社会学习理论正是美国社会科学人本主义转向的一个产物。将社会学习理论引入传播学研究的学者们，试图将传播的过程看作是一个受众主动认知的过程。社会学习理论是“用人的因素与环境因素双方连续不断的交互作用来解释心理机能的”，从而突出了人主动性。尽管其中还有一定的行为主义色彩，但这的确是社会科学向人本主义迈出的一大步。受社会学习理论影响，有传播学研究开始关注受众的态度、情绪、意志以至动机对传播效果的影响，也开始关注受众所处的情境。在这个方面有很多例子，比如在“知识沟”研究中，早期蒂奇诺等人的研究就是把受众根据收入、年龄等维度泛泛地分成几个阶层，然而进行沟距测试。到了罗尔斯等人的研究时，知识沟理论真正关注起受众的态度对知识沟的影响。直到近些时候，人们才真正意识到受众的动机对知识沟的影响。

转向的第三个结果体现在研究方法的转向上。即研究方法由偏重于量的研究转向质的研究与量的研究并重。质的研究包括许多具体方法，如人类学中的民族志方法和社会学中的常人生活论、社会互动理论。这一重大转向，今天仍然呈现“现在进行时”。当前，质的研究方法风行一时。在美国一些重要的传播学方法论著作中，质的方法的阐述已经与量的方法的阐述并驾齐驱。关于这一话题，本书将在第八章进行专门阐述。

在人本主义转向问题上，施拉姆的观点具有一定的代表性。他在《传播学概论》一书中指出，“我们研究传播时，我们也研究人——研

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，陈亮等译，212页，北京，新华出版社，1982。

周晓虹：《现代社会心理学史》，244页，北京，中国人民大学出版社，1995。

究人与人的关系以及他们所属的集团、组织和社会的关系；研究他们怎样相互影响、受影响，告知他人和被告知，教别人和受别人教，娱乐别人和受到娱乐。要了解人类传播，我们必须了解人是怎样相互建立联系的”。根据这种观点，他把自己所进行的传播研究称之为人类传播研究。

有学者将转向中的传播学努力称之为一种建立传播科学的尝试。他们指出：“传播科学就是将所有定量的、经验主义的、行为科学的研究方法综合起来的视角。传播科学有效地将积极的受众理论和有限效果论以及人际传播研究结合了起来。它的发展可以被视为在本领域内重建经验主义研究传统的努力，它打破了经验主义传统和有限效果论的紧密联系，并拓宽研究的范围使之解决更广泛的研究问题。”

经验主义的人本主义转向对传播学人本主义思潮的出现和发展可谓意义重大，这意味着经验主义正在认识到以前研究中存在的重大缺陷，并设法加以改造；也意味着传播学研究的主流开始在向人本主义的旨趣飘移。

当然，尽管经验主义传播学在关注人的方向上已经做出了上述努力，但它还是不可能彻底超越自己。原因是不管是实证主义还是后实证主义，其理论假设都对人的复杂动机的研究一筹莫展。比如，施拉姆的传播学研究就始终没有真正建立起关于人类传播的理论体系，他的研究体系依然不得不得遵从经验主义的假设和基本理论框架，他并没有真正实现着重研究人的理想。上文所引的施拉姆的那段话显然就带有很强的经验主义色彩。这段话表明了施拉姆还是没有清醒地认识到传播学的真正研究对象是什么，他要研究的“人”依然是传统社会学实证主义意义上的人。“至少我们从中看不出传播学与社会学、社会

[美] 威尔伯·施拉姆、威廉·波特：《传播学概论》，4页，北京，新华出版社，1982。

[美] 斯坦利·巴兰、丹尼斯·戴维斯：《大众传播理论：基础、争鸣与未来（第三版）》342页，北京，清华大学出版社，2004。

心理学有什么区别。” 还有，他把传播的行为或过程与“人”割裂开，并仍然认为传播的行为或过程是首要的，其次才是人的研究。他还是没有充分认识到研究人的重要性。

又比如“使用—满足说”之所以到目前为止还只是一个研究方向，一个重要的原因是它涉及关于受众动机的研究，而这些多少有些主观的心理研究与经验主义的研究旨趣是相悖的，于是这项研究就无法顺利开展。该研究范式目前遇到的最大难题是，它一方面承认了人主体性的重要地位，但另一方面又无法指明这种主体性到底是什么，怎么才能针对这种主体实现有效传播。因此，靠经验主义完成传播学的人本主义改造，是不现实的。有学者甚至认为，后实证主义的改造本身是为了进一步巩固经验主义范式的主流地位。“考察过去数十年来盛行的理论，不难发现，有关现实是否被准确（实证主义）地或非准确（后实证主义）地描述的争论，特别是20世纪70年代以后，不过是为维护处于支配地位的庞杂的传播研究而斗争的一个组成部分。”

二、技术主义范式的人本主义转向

在与人本主义观点论战的同时，一些技术决定论者也开始对人与技术的关系进行了重新审视。经过认真的思考，他们也明显意识到传统的技术主义范式中存在着无视人的主动性的缺陷，因此主张技术主义范式要重新阐释人与技术的关系。

其实，技术主义范式的主将们也曾经关注过人的主动性问题。比如，麦克卢汉曾经有过这样的观点，那就是人创造了技术，而技术又创造了人。可是在他随后的许多研究中，也许是矫枉过正的缘故，他只强调了后者，而对人是如何创造技术的几乎只字不提。这对于具有极强辩证思维的麦氏来说，不能不说是一种缺憾。本书认为，尽管麦克卢汉对人的主动性的研究昙花一现，仅有片言只语，但已经为技术

郭庆光：《传播学教程》，7页，北京，中国人民大学出版社，1999。

[美] 汉诺·哈特：《范式转变：大众传播研究话语中心的消解》，刘燕南、钱芹如译，载北京，《国际新闻界》，2002（3）。

决定论的范式转向提示了重要的理论方向。正如下文所要论述的那样，在此基础上，莱文森领导技术主义范式完成了范式转向。

自20世纪80年代以来，在莱文森之前，技术主义范式已经处于一种自我修正的过程中。作为典型的技术决定论者，奈斯比特曾这样说过：“至少在我们心里，技术似乎已发展到一定的程度，即将把我们从个人纪律和责任中解放出来。可惜的是它过去不能，今后也永远不能完成这个任务。”同样是技术乐观主义者的巴克霍尔兹也提醒人们，“我们的注意力过分集中于技术了”，“为什么不重视人呢？离开了人，目标就不能实现”。技术悲观主义者罗斯扎克则指出，“信息在本质上是平淡的……它只是简单有用的、无可辩驳的事实的积累”，在他看来，“不论信息时代的前景多么诱人，我们付出的代价从未超过所得到的东西”。罗斯扎克警告人们，人是一种用思想而不是用数据或者是别的什么思考的动物，而人的思想不是几个教条就能解释清楚的。在人的思想面前，计算机、信息社会等等都是不值得崇拜的。从上述的观点可以看出，不管是悲观主义还是乐观主义，多数技术主义的传播学家已经逐渐认同这样一个道理，那就是传播新科技的效果不是由它本身决定的，而是由各种社会性的因素所决定的。

在这些人当中，萨弗的反思是比较深刻的。在他提出的“三十年原则”中，他指出：在第一个十年，人们总是对新技术欢欣鼓舞；第二个十年来临时，人们就会因对新技术的挫折感而全面地否定新技术的价值；到第三个十年，人们才会真正用理性的态度去对待新技术。萨弗把包括乐观主义和悲观主义的技术决定论称之为一种“技术近视”，他指出，“（技术近视）是一种奇异的现象，它使我们过高地估计一项新技术的短期潜在影响。等到世界未能认同我们夸大了的预期以后，我们就走向反面并低估其长期影响。我们先是行动过火，然后

[美] 约翰·奈斯比特：《大趋势：改变我们生活的十个新方向》，53页，北京，中国社会科学出版社，1984。

[美] 托马斯·巴克霍尔兹：《明天的面孔——信息水平：开启后信息时代的钥匙》，黄谨等译，5页，北京，北京工业大学出版社，2000。

邵培仁：《传播学》，105页，北京，高等教育出版社，2000。

又行动不足”。

技术决定论的后继者似乎正准备对自己的理论进行修正，使之更加人性化。最近的关于技术决定论的反思，较为集中地表现在麦克卢汉的后继者如莱文森等媒介研究专家身上，技术主义范式也因此进入了一个新的时代。

在莱文森的力作《数字麦克卢汉：信息化新纪元指南》一书中，莱文森专辟章节，检讨了麦克卢汉的技术决定论倾向。莱文森把麦克卢汉等研究者的理论称之为“硬媒介决定论”，他说这种决定论的中心观点是信息系统对社会具有必然的、不可抗拒的影响，在人面对技术时，人的位置相对较低。在他看来，麦克卢汉和伊尼斯的观点过于强调技术，贬低人对于技术的控制力。莱文森认为，很少有事实能够证明硬媒介决定论的存在。通过对于各种传媒技术成长历程的描述和分析，他指出：“理智地讲，媒介很少产生绝对的不可避免的社会结果。相反，它们提供事件产生的可能性，事件的状态和影响是诸多因素的结果，而不仅仅是信息技术的结果。”“麦克卢汉的有生之年，尤其是他画龙点睛的媒介定律，可能给我们明明白白地展示了媒介的活力，展示了它们不可抗拒的、无意插柳的后果。在我们数字时代，媒介的活力正在转换成为人的活力，这种活力是人类业已得到增强和提升的控制能力。”基于这种观点，莱文森将自己的研究结论称之为“软媒介决定论”。

莱文森甚至从自己的研究视角出发，重新解释了麦克卢汉的理论。他认为，麦克卢汉只说了问题的一个部分，而问题的另一方面他尽管有所暗示但没有明说。由此理解麦克卢汉，可以看到事情的另一面，那就是“对于我们的发明，我们是有所作为的，我们可以精

[美] 罗杰·菲德勒：《媒介形态变化：认识新媒介》，明安香译，9页，北京，华夏出版社，2000。

[美] 保罗·利文森：《软边缘：信息革命的历史与未来》，熊澄宇等译，3页，北京，清华大学出版社，2002。

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉——信息化新纪元指南》，何道宽译，289页，北京，社会科学文献出版社，2001。

化技术，指引技术，使之按照适合我们感知和需要的道路发挥作用，而不是按照我们感知和需要的道路发挥作用……人必须扮演积极的立场”。

软技术决定论的出现，说明技术决定论者正在转而考察人的重要作用。正如莱文森所说：“信息技术和事物产生的可能性之间的相互联系，而人类将这种可能性变成事实。对于媒介理性的、有意的决定和计划，人的选择是我们分析媒介影响时始终要考虑的因素。”莱文森指出，媒介技术发展的背后，是人类需要相互协调的结果。他认为人类“（1）最初享受一个虽未扩展但却平衡的传播环境（视觉、听觉和记忆是其极限）；（2）发展媒介打破这些限制，但作为突破的代价牺牲了平衡和人类的其余要素（从字母文字到真实世界总体而言缺乏类同之处就是首要的例证）；（3）日益探寻那些保持和继续过去的延伸性突破，同时又可获取曾经丢失的人类传播世界中的自然性要素的媒介。”莱文森认为，这是一种“人性的回归”。在分析广播为什么没有消亡而无声电影为什么会灭亡时，莱文森指出，“只听不看是一个普遍存在的、自然的、‘前科技’的人类传播模式，然而只看不听则不然”，因此，“广播存活下来并且在某些方面甚至超过了它的竞争对手，正是由于它从最开始就满足、接近、涉及一个基本的人类传播模式”。对此，他总结道：“媒介看来越来越朝着人类传播的自然模式发展……因为如果媒体发展得拥有越来越多的人类功能，这些越来越接近这种模式的媒体自然就越容易抵抗新来者的竞争或承受这个竞争压力。”这也就是说，符合人类自然需求和人性的媒介才能真正存活下来。

软技术决定论的观点把人和人性放在一个相当重要的位置——甚至与技术同等重要，这是一种具有人本主义色彩的技术主义主张，标

[美] 保罗·莱文森：《数字麦克卢汉——信息化新纪元指南》，何道宽译，286～287页，北京，社会科学文献出版社，2001。

[美] 保罗·利文森：《软边缘：信息革命的历史与未来》，熊澄宇等译，4页，60～61页，北京，清华大学出版社，2002。

同上书，98～100页。

明了技术决定论向人本主义的转向。这些论断不仅对技术决定论的发展有着重要的意义，同时对于人本主义范式也是一种很好的启发。

但是根据技术主义的视角，该范式很难真正将人作为其研究核心。因为在硬技术决定论者看来，与技术相比，人只是技术应用的中介，人永远不是最需要关心的。即使是软技术决定论视野中的人与技术二元并陈的关系，归根到底也还是本末倒置的；这种研究视角“主张科技是个人发明的，有本身的逻辑……科技仍是造成传播效果的不可避免的重要原因，只不过传播效果的本质受各种社会力量所控制”。因此，“软技术决定论”绝不可能革命性地改造“硬技术决定论”，也没有放弃技术中心主义的逻辑，因而这种范式也就无法承担起范式革命的重任。

经验主义和后经验主义也好，技术决定论也好，究其根本都是以媒介为研究核心的范式，差别在于前者注重媒介的内容，后者关心媒介的技术。对于以媒介技术为中心的研究取向，斯图亚特·霍尔曾经提出尖锐批评。他认为这种传播研究是对传播学的“误称”。这种误称对传播学带来的不利主要表现在：（1）将讨论局限在媒介功能；（2）忽略受众在传播情境中的解释性的作用；（3）在广泛地反映人类传播现象的“交叉学科”中，媒介研究既不是学术研究的唯一热点，也非传播研究的主要热点。总之，经验主义和技术主义的范式修正无法转变的是自身的研究核心，这种改良的做法并不能从根本上缓解传播学的危机。正如库恩所说的那样：“从一个处于危机的范式，转变到一个……新范式，……远不是一个可以经由对旧范式的修改或扩展所能达到的过程。它是一个在新的基础上重建该研究领域的过程，这种重建改变了研究领域某些最基本的理论概括，也改变了该研究

邵培仁：《传播学》，174页，北京，高等教育出版社，2000。

陶鹤山：《传播学的危机与重构》，中国社会科学院新闻与传播研究所，江苏省广播电视总台，南京大学新闻传播学系合编，《全国第七次传播学研讨会论文集》，120页，2002。

领域中许多范式的方法和应用。”传播学需要的是一场范式革命而不是某种范式改良。

第二节 传统与批判两大学派的融合

从20世纪50年代至60年代中期，传播学的主旋律就是对立。传统与批判两大学派的论争可以用水火不容来加以形容。

从人文社会科学发展的历史进程来看，两种学派的二元对立是常有的事，在某个学科的某个历史发展阶段，这种二元对立往往会激发学科内部各种主张的争鸣，从而使学科的理论变得更加丰富多彩。对立的学派之间常常在研究对象的不同侧面各有所长，在研究课题上各有侧重，如果能将这些长处综合起来，对学科的发展将极其有利。当然，对立的学派之间如果长期固守自己的城池，缺乏取长补短的精神，那么不仅令本学派走向式微，还会对整个学科的理论突破产生阻碍作用。

自20世纪70年代以来，经验学派正在逐渐意识到，批判主义的研究具有较强的人本主义色彩，这些理论对于解释人的主体性有着不小的助益。而批判主义的研究也意识到经验学派在理论尤其是方法上的合理性。因此，一种相向运动不可避免地发生了。

一、两大学派融合的多种努力

其实，早在传播学的幼年时期，拉扎斯菲尔德就希望进行一种消除学派对立的尝试。尽管也对批判学派的不足之处作出了相应的批判，但拉扎斯菲尔德并没有轻率地否定批判学派的理论价值。在《评行政的和批判的传播研究》（1941）一文中，拉扎斯菲尔德提议，批判理论应与他命名的“行政的传播研究”一起被囊括在美国传播研究中，并认为美国的学者应当注意这一理论，“批判的学术思想的效用是经验主义传播研究的前提和补充”。罗杰斯认为，拉扎斯菲尔德希

[美] 托马斯·库恩：《科学革命的结构》，金吾伦、胡新和译，78页，北京，北京大学出版社，2003。

望将批判主义与经验主义融合起来，以便解决传播学面临的那些具有挑战性意义的问题和新概念。在拉扎斯菲尔德的广播研究项目中，批判学派的阿多诺还受邀参与了其中流行音乐方面的研究。可惜的是，对于经验主义抛来的橄榄枝，批判学派的斗士们一点都不领情。批判学派的研究者们似乎有意地与美国社会保持一定的距离，因此对经验主义的批评几乎完全不留余地。对经验学派的研究，他们经常使用的字眼是：“不优雅”、“太简单”、“幻想”、“形式的和抽象的”、“更为顺从的和非批判的”等等。

批判学派的这种态度显然激怒了经验主义传播学的研究者。在此后的三十年时间中，他们以一种敌对的态度看待批判学派，甚至对之采取了不以为然和置之不理的态度。传播学二元对立的格局就此形成。这种情况一直到晚期批判主义和后实证主义理论兴起后才有所变化。近年来，经验主义传播学和批判学派在发展过程中，既有矛盾和冲突，也在某些问题上出现一定程度的融合趋势，这主要体现在定性研究和定量研究、微观探讨和宏观探讨、个人与社会的关系等方面。本书无意把功劳完全记在两个学派的研究者身上。从世界人文社会科学发展的趋势来看，20世纪下半叶，各学科多少都出现了学派融合的趋向。传播学两大学派的融合在某种程度上也可以看作是综合化趋向在传播学领域中的体现。没有这种科学发展的背景，两派的对峙也未必就会告一段落。

相比于早期的批判学派，后期的批判学派更具有开放包容的态度，在方法论上显得比较灵活。近年来，比较活跃的批判学派已不再一味否定经验主义的具体方法，许多实证研究的具体方法得到充分的运用。比如女性主义的传媒批判者就善于使用内容分析的方法，社会文化学派的电视研究也运用了数理统计和民意测验的方法。当然，必

参见 [美] E·M·罗杰斯：《传播学史——一种传记式的方法》，殷晓蓉译，297~298页，上海，上海译文出版社，2002。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，54页，上海，复旦大学出版社，2000。

须强调的是，这种运用依然强调实证主义方法为理论服务的原则，批判的理论范式依然为体，而实证主义方法只能为用。

后实证主义在美国的兴起，无疑也推动了两个学派对立状况的消解。如上文所述，后实证主义对早期经验主义的研究有颇多的不满，觉得以往的研究视野过于狭窄，研究的问题过于琐碎，因此开始借鉴批判学派的理论。后实证主义的一个重要变化就体现在开始考虑传媒环境及其文化的作用。可以说，由于考虑到传媒环境及传媒文化的存在，后实证主义研究者开始注重定性的研究方法，注重研究传媒的长期效果。那一时期的效果假说，如议程设置，沉默的螺旋、教化理论等等都受到了批判理论的启发。“在某种程度上，美国60年代那场蓬勃的有关大众文化意义的讨论是对法兰克福学派文化批判思想的积极应答。”有学者认为，越来越多的传统学派研究者正在接纳批判主义的传播学研究主张。“在欧洲，对于近期文化话语的使用，包括对资本主义的持续批判，已经引入了思考传播的其他一些方式。这些文化话语，亦被一些学术经验囿限于传统的‘大众传播研究’的研究者、一些理论上枯竭、政治上幻灭的研究者所接纳，他们的人数不断增长，这就为接纳马克思主义，尤其是伦敦文化学派，提供了历史条件。”“这样做意味着，事实不可能与价值观相分离；语言与文化意义是建构现实的关键；对文化与传播性质的诠释，使所谓绝对的、终极的真理不复存在；表现与现实之间的关系是政治性的；思想是由历史形成的权力关系居间促成的；社会中的特权与压制被传统的研究活动所复制，尽管这可能是无意识的。”

今天，经过不懈的努力，在经验学派控制的国际传播学会中，一个新的部门——“传播哲学”出现了。许多学者正在孜孜不倦地推动两个学派的融合，他们熟练地掌握了两种学派的基本观点和方法，并

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，57页，上海，复旦大学出版社，2000。

[美] 汉诺·哈特：《范式转变：大众传播研究话语中心的消解》，刘燕南、钱芹如译，载北京《国际新闻界》，2002（3）。

予以运用。一个欧洲的批判学派传播学者如果不会运用实证主义的方法，一个美国的经验主义传播学者如果没有一点批判学派的理论视野，都会被看作是不合格的研究者。

在上述的学派互动互渐之后，长期对垒的坚冰开始消融。“批判学派与经验学派的门户成见虽然很深，但也开始出现取长补短、相互借鉴的趋势和苗头。”从近些年的文献资料来看，并不是所有的研究者都支持经验与批判二元对立的说法。“在我们这个领域里，批判的分析就是这么一个术语，常常（令人厌倦地）和‘行政的’研究对照起来。经验性的（往往意味着简单的）工作与更为理论化的思考——这样的两分法相当松散地被等同于行政的工作（大体上由媒介公司所委托）和批判的工作（广义上倾向于马克思主义）之间的区别。这种两分法往往是不真实的，有许多值得反省之处。”这也在某种程度上体现了人们对于两大学派合作互补的一种期待。

很显然，如果我们更深一步地思考问题就能发现，这两个学派的融合并不是一种自觉的行为，相反在很大程度上是一种被动之举。因为在20世纪七八十年代，传播的实践发展很快，面对不断出现的新问题，无论是实证主义也好，还是批判学派，都无法做到一力应付。比如，20世纪六七十年代出现的新左派运动给传播学带来了一系列课题，涉及政治、社会、文化和伦理等多个领域，无论是批判学派，还是经验学派，都无法以自己的研究视野，对上述课题做出完整的研究。只有学派的整合，才有可能在一定程度上解决问题。“就理论自身的发展来说，就现代传媒实践对于理论的需要来说，某种融合的趋势是值得重视的，它说明两大学派的研究者已经或多或少意识到各自的不足，并试图纠正这种不足，从而在新的传播背景之下寻求解决问题和理论探讨的最佳途径。”

李彬：《传播学引论（增补版）》，339页，北京，新华出版社，2003。

[英] 戈尔丁：《文化、传播和政治经济学》，见张国良主编，《20世纪传播学经典文本》，579页，上海，复旦大学出版社，2003。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，223～224页，上海，复旦大学出版社，2000。

二、“使用—满足理论”——两大学派结合的契入点

当然，从对立到融合，并不是一件易如反掌的事。想让两种学派得到较好的统一，必须找到一个平台，使二者能积极地同时又是整合地发挥各自的作用。

这一平台就是“使用—满足理论”。“在美国传播学研究发展过程中，就某种程度而言，使用—满足说是一个将经验主义和批判学派联系起来的课题……和其他大众传媒研究范围内的论题略有不同，美国的文化批判学者对经验主义的‘使用—满足’说并非持完全不赞成的态度。”这一平台的构建应归功于后实证主义。从后实证主义开始，经验主义的研究开始较多地关注受众，“使用—满足”理论的提出和发展就是一个标志。

由于强调在传播中受众的主动性，“使用—满足”理论的提出部分打破了经验主义传播学研究的传统，这种改变被批判学派视为一种较为积极的改变。由于在“使用—满足”理论的框架中，无论是经验主义者还是批判主义者都对受众的主动性表示了肯定，加之他们也都对传媒文化影响受众动机的课题表现出了浓厚的兴趣，因此“使用—满足”的研究能为对立的双方提供共同的研究领域，并存在着将两者结合起来的可能性。在当前的研究中，经验主义者已经注意到批判主义者在这方面的理论建树，并试图通过合理的研究设计将其实证化；而批判主义者显然也没有忽视经验主义者的成果，他们已经自觉或者不自觉地采用了经验主义的定量方法，进行“使用—满足”理论的研究和探讨。

几乎可以这样说，批判主义者在大众文化的研究中为经验主义者提供了许多有待实证的假设，而经验主义者在“使用—满足”理论上的研究则为批判主义者提供了不少理论的依据。不过这些假设和依据仍没有完善，以至于有人认为，到目前为止，“使用—满足”理论还远不是一种成熟的理论。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，171～172页，上海，复旦大学出版社，2000。

随着网络社会的来临，在网络上出现的互动性传播，更加促使经验主义传播学站在批判主义的理论视角上去看待受众的“使用—满足”。

但是，从方法论的角度来看，经验主义与批判主义属于两种不同的范式，两者的结合是个艰难的历程。这些年来，“两派的对立还是大于统一……虽可互相影响，但根本的差异依然存在”。即使出现了像“使用—满足”这样可以共同参与的研究领域，双方的研究视角也还有着很大的差别。批判学派坚持认为，经验主义对“使用—满足”的研究仍没有跳出经验主义范式以媒介尤其是传播者为中心的研究框架，如果要对这个课题进行真正深入的研究，就必须建立以文化为中心的批判主义的研究框架。在批判主义者看来，受众的需求不是受众自发产生的，而是强大的传播机器制造出来的，受众的积极性与主动性在文化工业的状态下是一个伪命题。

当然，不管存在着何种分歧，经验主义与批判主义的合作算是迈出了艰难而可喜的一步。经验主义与批判主义二者的融合，在本书看来有双重意义：

其一，这种学派融合表明，两种对立的研究范式有可能找到某个合作的平台并互相取长补短，在传播学的特定领域中打破二元对立框架，是值得关注、值得期待的。甚至这也许标志着传播学发展的一种新趋势。对此，有学者指出：“这种趋势是否将有助于‘使用—满足’说成为一种真正意义上的理论，或者，经验主义和批判主义各自的缺陷能否通过这样的融合得到克服——至少是某种程度上的克服，将两种方法结合起来进一步的尝试能否真正发展成为一种新型的研究、并成为现代社会媒介研究的一个重要途径，这些问题将引起大众传播学研究者的关注和重视。”

其二，这种学派融合是一种新的传播学研究范式成型前的预兆，

李彬：《传播学引论（增补版）》，340页，北京，新华出版社，2003。

殷晓蓉：《战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较》，183～184页，上海，复旦大学出版社，2000。

它可能为传播学新的研究范式的出现和成熟打下了良好的基础。

但是，必须清醒地看到，由于经验主义和批判主义二者在立场和方法上有着根本的区别，也分别有自己所要研究的问题、所要达到的目的和所要涉及的领域，指望把经验主义和批判主义两种范式真正结合在一起，形成一种新的范式，这几乎是不可能的，可以说比另起炉灶，创造出一种新范式还要困难得多。想让两种范式真正走到一起，就必须让两种范式都放弃自己坚持了多年的初始理论假设，让它们统一到一种新理论假设的旗帜下去。然而，这么做的结果只有一个——那就是一种新的范式的诞生。

第三节 新人本主义范式：传播学的未来与出路

关于传播学的未来发展及学科定位，有着各种不同的预测和期望。当然，有一点是相通的，那就是大家都希望传播学走上学科变革之路。有人希望传播学能够成为沃勒斯坦所说的开放的社会科学，成为各种新知识交会的平台。有人希望传播学借用其他学科的方法和理论“形成新跨学科研究态势”，从而“认识媒介在现代性、在工业化发展和当今全球化过程中所扮演的角色；以及它在各种争论不休的变化——后工业社会、信息社会和后现代社会——之中的角色。”有人希望传播学能走一条“离散—整合”之路，一方面细化应用研究，另一方面，加强宏观整合研究。有人提出，传播学未来发展首先要解决的问题就是如何使传播学成为真正独立的学科，其次要解决的问题就是开阔视野。还有人认为，传播学的未来在于进一步发展批判学派的研究，使之成为主流学派。他们指出，“只有当批判传播研究揭示出知识生产和信息传播中的权力关系时，作为一种自觉的社会活

吴予敏：《传播知识论三题》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，79页，上海，复旦大学出版社，2002。

朱光烈：《中国传播学：反思与前瞻》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，55页，上海，复旦大学出版社，2002。

参见胡正荣：《传播学总论》，19页，北京，北京广播学院出版社，1997。

动，这个任务才能取得成功。对行政或团体研究话语的合理性进行挑战，再次确证了其自身作为历史性变革的推动者的角色”。这些观点都有正确的因素，但彼此间的冲突也很明显，缺乏一种把这些合理观点集合起来的整合性因素。

传播学本来就是在某些方面兼涉自然科学的一门开放的人文社会科学。它要解决的当务之急，是如何在这个开放的学科领域形成独立的学科体系。传播学的知识平台“没有基本的人性假设，从而也没有固定的价值选择；方法和学术套路多种多样，好像四面八方都是门，没有既定的通道，也就没有固定的程序”。传播学需要有一种新的研究范式形成基本的人性假设，并以此为核心整合传播学领域中各种现象以及不同观点及流派。这一点，无论是传播学史上影响巨大的传播学主流范式——经验主义、与其对立的批判学派还是眼下流行的技术决定论，都做得不好。究其最本质的原因，是因为它们都或多或少地忽视了人文社会科学研究的最重要的轴心——人。因此，传播学理论发展的当务之急，是基于学科的发展历史与现状，因势利导，整合一切可资利用的资源，首先是学科内部的资源，探索构建新的范式，力求从根本上解决这个问题。本书把这一范式命名为新人本主义。

一、新人本主义范式雏形的理论假设

如前文所述，传播学人本主义范式的产生源自两个危机：其一是传播学所面临的飞速变化的时代，其二是传播学自身的危机。正是这两重危机，为人本主义范式的兴起奠定了历史坐标。简而言之，人本主义范式的出现既是时代的需要，也是传播学学科本身发展的需要。

人本主义思潮在传播学中的兴起，是传播学面对时代课题而做出的自觉的或不自觉的反应。由于信息技术的飞速发展，传播业的变化只能用一日千里来加以形容，新的社会现实带来了新的课题，而这

[美] 汉诺·哈特：《范式转变：大众传播研究话语中心的消解》，刘燕南、钱芹如译，载北京，《国际新闻界》，2002（3）。

吴予敏：《传播知识论三题》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，79页，上海，复旦大学出版社，2002。

些课题不容回避。这些新课题几乎提出了同一个要求，那就是重新认识变化的社会，并据此重新研究人的信息传播。面对这样的时代背景，新的传播学研究范式正在酝酿之中，其研究的视角从人的主体性出发，研究人与传播的复杂关系；研究媒介发展对人和社会的多元的价值和意义；研究人的思维和行为对传播的决定性作用；并试图以传播和信息为视角，重新对人做出解释。这里所讲的人本主义，主要是指学科研究的目标追求，对主体本身的全面关怀。

但是眼下传播学的人本主义思潮，甚至还算不上是一种成熟和系统的理论，对于信息社会所提出的课题，目前它也没有做出太多令人满意的回答。传播学人本主义研究只有不断自我完善，才能在主体的研究上取得真正的突破，逐步成为传播学研究的主流范式。

1. 对新人本主义范式的界定

首先强调的是，这里讨论的人本主义范式是一种理想类型。到目前为止，它只是一个理想的模型，与当前人本主义思潮有一定差距，但它必将成为现今人本主义传播思潮发展的一个方向。

有一种流行的观点认为，在传播学中，人本主义范式不是什么新名词，批判学派就是人本主义范式。本书不同意这种观点。其实，当前的人本主义研究者来自于各种流派，他们中的许多人具有批判主义的背景，但在与技术主义范式论战的过程中，他们的观点相互影响，互相扬弃，并逐步形成了相似的旨趣。诚然，在批判学派的理论中，以人为本，追求人的全面解放的观点随处可见；可以说，批判学派的理论为人本主义传播学铺设了若干基石，它在很大程度上催生了传播学人本主义思潮，并给予人本主义以相当多的理论支撑；甚至还可以说有些批判学派的理论将成为新人本主义范式的组成部分。但是从整体上讲，批判学派与新人本主义范式还是有很大差距的。这主要体现在两个方面：

一方面，如上文所论，批判学派尚未形成一种系统的传播学研究范式，它与作为一种研究范式的新人本主义不可同日而语。而从哲学的层面来看，批判学派更多的属于一种松散的批判主义的研究范式，而新人本主义范式则大体属于一种建构主义的研究范式。两者在方法

论上有着很大的不同。有学者对此做了专门的归纳，见表 6-2：

表 6-2

	批判理论	建构主义
本体论	历史现实主义——真实的现实是由社会、政治、文化、经济、种族和性别等价值观念塑造而成的，是在时间中结晶化而成的。	相对主义——现实具有地方性和主体性的特点，是具体地被建构出来的。
认识论	交往的/ 主观的认识论；研究结果受到价值观念的过滤。	交往的/ 主观的认识论；研究结果是创造出来的——研究结果是不同主体通过互动而达成的共识。
方法论	对话的/ 辩证的方法论。	阐释的/ 辩证的方法论。

另一方面，在批判学派的基础上，人本主义传播学的研究有了进一步的发展，它吸收了批判学派许多有益的主张，同时整合了技术主义和经验主义的许多主张。理想的人本主义范式并不排除经验研究方法。因此，新人本主义范式究其实质是对以往所有传播学研究范式和研究流派的综合与提升。

需要强调的是，人本主义者的具体观点在很多情况下与批判学派是不同的。其实，批判学派的研究中除了批判主义的色彩之外，技术主义的成分还是相当明显的。批判学派学者往往具有悲观主义的决定论色彩。在霍克海默和阿多诺的研究中，技术中心主义的倾向就表现得很明显。“令人吃惊的是，这些人类彻底解放的鼓吹者竟然以技术决定论者的面目出现。资本主义文化如何瓦解辩证法、工人阶级又如何从一种潜在的革命主体转变为消极被动的消费者这种坚定的政治保守力量？阿多诺和霍克海默在努力理解这些问题时绕开了文化层面，站到技术决定论一边。在他们的分析中，工人阶级或民众群体被构型为消极被动并且毫无生机。这便映照了他们想要提出的批判……阿多诺和霍克海默并没有摆脱现代理论的逻各斯中心主体，因此他们就不

参见陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，14 页，北京，教育科学出版社，1999（有所改动）。

能把电台的大众化受众看成是非他律的，故而这一奴役归咎于技术。”阿多诺和霍克海默甚至认为主体已经不存在，只剩下一件物体，一群毫无生气的大众，他们只能把希望寄托在未来可能出现的新主体身上。这类偏激的观点其实比技术主义范式的观点还要强调技术的决定作用。

另外，正如前文所述，批判主义的一个比较大的缺陷在于其反思精神较强而建构精神不足。这也是与人本主义者的观点大相径庭的。人本主义者试图立足于主体性和人的信息属性解释和理解人的信息行为，而不是侧重于对当下的主体与客体、主体的信息接受行为进行批判。当然，对于技术主义的批判是人本主义建构过程中不可避免的工作，但后者从根本上讲主要属于建构主义的研究范式而不是批判主义的研究范式。

对于一种研究范式的人本主义，凯蒂·索珀是这样理解的：“（肯定地）诉诸基本人性的概念或可借以确定和理解人类的共同特征，因而（否定地）诉诸那些指称并试图解释这种共同本质与‘失落’的概念，人道主义（亦可译为人本主义）认为历史是人的思想和行为的产物，并因此断定‘意识’、‘能动作用’、‘选择’、‘责任’、‘道德价值’等范畴对于历史是必不可少的。”这段哲学方法论意义上的理解如果用传播学的话语就应该表述为：将传播的研究核心从传播的过程或者传播的技术转向人；从人的角度而不是技术的角度重新解释传播现象，重视传播过程中人的主观能动性和文化价值的体现。

在社会学的研究中，波洛玛总结了人本主义社会学的核心观点，即认为“即使人们不是自由地创造他们作为其中的一个部分的世界的话，那么，他们至少也是部分自由地形成自己的个人世界”。她还引用凯顿的话指出，“人道主义的社会学产生于对人性的关心，而不是

[美] 马克·波斯特：《第二媒介时代》，范静晔译，9~10页，南京，南京大学出版社，2001。

[英] 凯蒂·索帕：《人道主义与反人道主义》，7页，北京，华夏出版社，1999。

产生于那种应用自然科学为基础的方法论规定来研究人类事物的努力。”其实这些说法也完全可以用来形容人本主义传播学。以复杂人性为传播学理论的核心，从人性的角度考察传播现象，重新阐释以往的传播学理论，这就是人本主义范式的传播学。

尽管新人本主义范式目前还只是一个雏形，但根据它所表现出来的特点和发展趋势，已经可以描绘其未来轮廓：

它是一个以研究人的信息属性为核心的研究范式。与技术主义和经验主义都不一样，新人本主义范式的核心任务是在特定情境下理解人在传播过程中各种主动的信息行为，而不是传播的技术或者是传播的过程，因此它的视角聚集于人在传播过程中所表现出的主观能动性。新人本主义视野中的“人”也并不像经验主义视野中的人，后者把人机械地分成传播者和受众，而前者则更注重他们在传播中体现出的相似的属性。新人本主义范式将着力于研究不同的人在传播过程中行为的变化——渐变与突变，研究变迁中的人、社会与技术之间辩证统一的关系和动态平衡，研究人在传播过程中丰富多彩的行为背后所蕴藏的深层动机和价值观念，研究传播过程中的人与人之间的游戏规则。它将进一步揭示人类传播活动的永恒动力。

它是一种综合性的研究范式。新人本主义范式有着较强的综合性和包容性。这体现在两个方面：一方面，由于它将借鉴人文社会科学先导学科如语言学的成功发展经验，汲取复杂性科学的重要理念，兼顾宏观层面和微观层面的研究、将微观层面上的人性研究与人与人之间的契约及其产物——制度与结构结合起来，形成一种人性—制度的动态研究模式，因此，它将在传播学研究史上第一次将宏观传播学和微观传播学的研究，将传播静力学和传播动力学的研究统一在一起，而统合的基础则是人的主体性；另一方面，由于该范式建立在以往传播学多种范式和流派的基础之上，因此可以吸纳其他范式的长处，综合其他范式的研究方法和理论观点。因此，未来的人本主义范式将以

以上两段引注参见 [美] 玛格丽特·波洛玛：《当代社会学理论》，孙立平译，10页，9页，北京，华夏出版社，1989。

人的主动性为研究核心，整合批判主义、经验主义和技术主义理论中的合理成分，吸纳批判主义哲学思辨和理解性的研究方法和科学主义思潮的实证研究方法。与其他人文社会科学领域所涌现出的综合性思潮一样，它是一种综合性的传播学思潮。它将被称为“综合传播学”。

它将是一个具有相当理论深度的研究范式。由于研究人的视角与以往所有的范式和流派都不同，因此新人本主义范式的理论研究将在人性方向有更深的开拓。传播学人本主义范式的理论背景是建立在当代人本主义哲学和信息哲学基础上的。它将力求从人性的角度去解释人类的信息传播活动，从而具有哲学理论的深度。它可以胜任信息社会为传播学设立的研究人主体性的各种课题。

因此，相比于其他研究范式，新人本主义传播学范式具有一定的优越性。但需要强调的是，这决不意味着“废黜百家，独尊儒术”。新人本主义范式作为一个整合性的范式，符合时代发展对传播学提出的要求，因此，它应该并且可以成为传播学研究的新的主流范式。但这并不是说，新人本主义范式就是一种完善的范式，其他范式就失去了生存的价值。任何学科在其整合的同时，也在历经一个分化的过程。实证主义和批判主义范式也好，技术主义范式也好，这些研究范式不但不会消亡，而且还会在各自的领域继续取得长足的进步。而且，也只有上述范式的理论更进一步，才有可能进一步丰富新人本主义范式，完善传播学的体系，推动整个传播学的发展。

2. 新人本主义范式的理论假设

从上述论述中可以看出，新人本主义范式并非空中楼阁，有许多传播学者正在这个方面辛勤耕耘。越来越多的研究者认识到，“人类社会的传播活动是人的活动，是人与人之间的信息交流过程，因此对传播的研究在很大程度上是对人的研究。人是传播活动的主体，是传播媒介的主人，是传播事业的主导因素。在传播活动中，人和人的活动分布在各个环节上，无论在哪个环节，都充当十分重要的角色。”甚至有学者指出，传播学“是一门关注人类意义追求的‘人文科学’，

段京肃：《传播学基础理论》，114页，北京，新华出版社，2003。

并不是实证主义那样把人‘物化’的‘非人道’科学”。

但新人本主义范式目前还远未成形，而只是一种设想，一个范式的雏形。之所以这样说，是因为眼下它仍主要还只是一些理论假设。

罗宾·彭曼曾提出用一种新的传播范式来替代经验主义范式，因此他提出了这种范式的五个前提假设：（1）行动是自愿的；（2）知识是社会创造的；（3）理论是有历史性的，理论随着时代而变化；（4）理论影响它们所概括的“现实”，因为理论家是世界的一部分；（5）理论是有价值的，它们从来都不是中性的。尽管彭曼没有明说，但他所说的这一替代范式实际上就是人本主义范式，尽管这种范式假设还不是完整的。

如果分析得更仔细一点儿，这些前提假设可做如下表述：

- （1）世界是复杂多变的。
- （2）一切个人规律和社会规律都有历史和文化的局限性。
- （3）传播的形态最终是由人而不是由技术决定的。
- （4）大多数传播活动是人有意识的信息行为，人是传播的主体。
- （5）不同的人可能会有不同的传播行为。
- （6）人的某些行为可以被量化，但有很多复杂行为目前或者将来仍无法被量化，不能仅通过量化来进行理论建构。
- （7）在人的行为背后有着更为复杂的心理活动有待研究。
- （8）研究的过程不可能摆脱各种价值观的影响而做到纯粹的客观。

这些前提假设意味着传播学新人本主义范式的主要研究兴趣是传播的主体——人。从对研究对象的假设来看，新人本主义认为，传播主体的行为是复杂的，不断变化的，几乎没有一定的规律。传播主体的行为不是简单的和机械的，与自然科学研究的主体是完全不同的。

李少南：《传播学在中国的一些观察》，见张国良、黄芝晓主编：《传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，131页，上海，复旦大学出版社，2002。

参见[美]斯蒂文·小约翰：《传播理论（第五版）》，47～49页，北京，中国社会科学出版社，1999。

传播主体在传播的过程中，常常是主动的而不是被动的，在技术面前，传播主体的主动性是决定性的，人的行动是自愿的而不是被技术所控制的。因此，传播研究必须从研究人的主体性出发。这样的假设决定了这样一个研究方向，那就是“特别强调了受众的能动性和他们对大众传播的使用”，强调“他是谁”决定“他感受到什么”或“他受到何种影响”。

这些前提还表明，新人本主义既关注宏观层面如历史和社会层面的传播主体，也关注微观层面的作为个案的传播主体。新人本主义者认为，宏观层面的传播主体与微观层面的传播主体是不完全相同的，那种试图将少数人的研究推诸整个社会研究的视角是有问题的，因为“整体大于部分之和”。

从方法论的假设来看，新人本主义更多地倡导在自然的复杂情境下研究传播主体的复杂行为和复杂动机，强调理解人的复杂行为。新人本主义反对在某种实验的情境下，在某种理想状态中进行传播学的研究，因为这样做会割裂人与社会的联系。也反对用纯量化的方式去追求所谓的不变的和精确的社会法则，而是试图通过各种方法从心理活动的层面理解性地解释人为什么要传播，人用传播媒介做什么，人的传播活动与人其他社会活动的关系。因此，量化研究一定要为理解他人的行为而服务。

正如上文所述，在这些基本假设之下，传播学新人本主义理论大体具备了与实证主义范式和技术决定论范式以及其他理论假想敌展开全面论战的能力。这些论战将进一步明晰新人本主义范式的轮廓，原本相对零散的人本主义传播学理论将在论争的激发下接受时代的检验，不断取得突破，逐渐蔚为大观。

当然，仅有假设或研究的原则是不够的，论战也无法使新人本主义范式成为一种真正成熟的研究主张。人本主义范式若要走向成熟，还有许多具体的事情要做，比如尽快形成理论核心；比如尽快将各种

[美] 沃纳·赛佛林、小詹姆斯：《传播理论：起源、方法与应用（第四版）》，郭镇之译，12页，北京，华夏出版社，2000。

研究方法统合起来，形成一套较为系统并具有传播学特色的方法论。传播学的新人本主义范式的兴起正在日渐引起国内外传播学界的关注。

3. 新人本主义范式：一种现代科学观的体现

谈到人本主义，给人的印象似乎总是形而上学的。当本书将人本主义称之为一种科学的研究范式时，肯定会引起许多争议。然而实际上，相比于实证主义和技术主义范式，新人本主义范式确实更符合当今科学发展的趋势。

实证主义范式的科学观基础是牛顿力学所代表的传统物理学观念。这也就是为什么孔德将社会学研究设计为社会动力学和社会静力学的原因。传统物理学所体现的科学观强调的是机械论、还原主义和客观主义，主张从无序中发现有序，从复杂中寻求简单，找到决定自然界运行的客观规律。然而，随着自然科学的不断进步，人们越来越发现，牛顿建立在“简化还原”基础上的科学观和现实的复杂性之间存在着巨大的差距。长期担任美国核武器研究领域的组织工作的乔治·考温指出：“真实的世界却要求我们……用更加整体的眼光来看问题。任何事情都会影响到其他事情，你必须了解事情的整个关系网。”在深受自然科学简化还原论影响的社会科学领域，不同的声音越来越响亮。比如，哈耶克针对经济学研究中的问题指出，那种所谓的模式预测，只是对那些自我形成的结构的某些一般性特征所做的预测，而那些呈现出这种复杂性的结构的特征，不仅依赖于构成他们的个别要素所具有的特征，以及它们出现的相对频率，而且还取决于这些个别要素彼此联系的方式。经过半个多世纪的酝酿，复杂性科学的范式被提上了议事日程。

一个具有标志性的科学事件是：1984年，由考温发起，在诺贝

[美] 米歇尔·沃尔德罗普：《复杂：诞生于秩序与混沌边缘的科学》，陈玲译，概述 72 页，北京，三联书店，1997。

参见 [美] 冯·哈耶克：《哈耶克论文集》，邓正来译，386 页，北京，首都经济贸易大学出版社，2001。

尔奖获得者物理学家盖尔曼、安德森和经济学家阿罗等人的支持下，一批物理、经济、理论生物、计算机、数学、哲学等领域的科学家，组织了桑塔费研究所（简称 SFI），专门从事复杂性科学的研究，试图由此找到一条通过学科间融合来解决复杂性问题的道路。不少学者认为，复杂性科学从方法论的高度出发，把弄清人类如何认识和控制复杂系统当作目标，是近百年来现代科学体系诸学科中的新思想、新观念的集中体现。有的学者进一步指出，科学需要“复杂思想”，不仅是为了适合于考察现实的复杂性，而是为了考察它本身固有的复杂性以及人类面对的问题的复杂性。就是说，复杂性科学的萌生是科学，首先是自然科学，与哲学联手进行自身反思的结果。

复杂性科学的倡导者之一，耗散结构论的提出者——普里高津在其著作《从混沌到有序：人与自然的新对话》一书开篇就提出：“我们对自然的看法正经历一个根本性的转变，即转向多重性、暂时性和复杂性。”概括起来，复杂性科学之于传统物理学，是一种科学观的根本改变，同时也是一种科学范式的革命。与以往科学观不同的是，复杂性科学观有如下几个特点：

一是更关注整体，主张从整体上把握研究对象，而不是像以往自然科学那样把研究对象划分成若干部分；二是力求探索复杂性系统背后的规律而不是追求实验简化条件下的自然规律，这里所说的复杂性是指系统不可逆性、不可预报性以及状态涌现、结构可突变特性的统称；三是将偶然性与必然性都列为科学研究的对象，而不像以前的科学那样，认为科学的研究对象就是必然性，偶然性只是一种例外；四是更关注研究对象的演化过程而不是研究对象的存在；五是认为自然的过程是一个不可逆的和特殊的过程，而不是一个可逆可重复的过程。

[法] 埃德加·莫兰：《复杂思想：自觉的科学》，陈一壮译，前言 5 页，北京，北京大学出版社，2001。

[比] 伊·普里戈金、[法] 伊·斯唐热：《从混沌到有序：人与自然的新对话》，曾庆宏，沈小峰译，26 页，上海，上海译文出版社，1987。

鉴于其科学观的前沿性，复杂性科学被称为属于 21 世纪的科学。总的说来，复杂性科学认为，科学研究的对象应当是那些多样性、无序性、随机性的系统。这样一来，复杂性科学的科学观不但给自然科学带来了一种全新的视角，而且对人文社会科学的研究也有直接的推动。很显然，人们以往之所以将自然科学的研究与人文社会科学的研究对立起来，主要认为“自然科学讨论的是普适性的问题，人文科学讨论的是特殊性的问题。”人文社会科学研究的对象——人本身就是一个复杂的系统，人的行为和思维经常被看作是多样性、无序性和随机性的典范。在传统物理学看来，这些内容不在科学研究的范畴之列，有许多自然科学家甚至因此不承认人文社会科学的研究（即使是实证研究）是一种科学研究。然而，在复杂性科学看来，人文社会科学的研究对象——人，也就是复杂性科学的研究对象。这样一来，人文社会科学的研究与自然科学的研究一样，都成为了真正意义上的科学研究，这两种不同的视野终于有可能殊途同归。

当传播学把传统物理学的世界观用于对传播现象的研究时，一种不自觉的简化工作就开始了，许多复杂的传播行为被大大地简化，一些多样性、突发性和无序性的传播行为被经验传播学研究当作是例外弃之不理。这种观念其实是反科学发展潮流的。同样，对技术情有独钟的技术主义范式，也无视技术与社会之间的非线性和偶然性的复杂关系，这种观念当然也是反科学发展潮流的。这两种传播学的研究范式之所以都不能应对网络时代的信息传播，一个非常重要的原因是，网络是一个混沌的复杂系统，网络信息传播本身以及由此产生的社会关系是一种典型的无序性、多元化和偶然性的存在。相反，包括许多传播学家和计算机专家都认为，网络是复杂系统建模最好的形式，从复杂性理论的角度研究网络的问题，是一个很有前景的研究课题。一些走在传播技术研究前沿的学者正在呼吁用复杂性科学的视角研究传播。比如，菲德勒指出：“认识到人类传播系统事实上是一个复杂的

[比] 伊·普里戈金、[法] 伊·斯唐热：《从混沌到有序：人与自然的新对话》，曾庆宏、沈小峰译，29 页，上海，上海译文出版社，1987。

有适应性的系统,我们就能看见所有形式的媒介都生活在一个动态的、互相依赖的宇宙中。当外部的压力产生、新技术革命被引入以后,传播的每一种形式都会受到系统内部自然发生的自组织过程的影响”很显然,菲德勒主张用一种更为科学的方式重视审视传播的规律。

综上所述,主张将人的主体性作为研究对象的新人本主义范式,恰恰符合复杂性科学的科学观,也符合世界科学潮流发展的趋势。关于人本主义范式研究对象的复杂性,本书将在下一章做更为详细的探讨。

二、对当前人本主义传播学的批判

鉴于上述分析,新人本主义传播学范式必将成为传播学主流的研究范式。新人本主义范式的最终确立将完成传播学研究的范式革命,并彻底完成传播学的人本主义转向。但综观目前兴起的传播学人本主义思潮,还并没有迅速成长成为一种能够与经验主义范式相抗衡的传播学研究新范式。这主要是因为,人本主义理论还没有成功地建构起新的研究核心和系统的研究方法,没有彻底地摆脱批判主义各种理论以及形而上学的影响,因此它还无法形成对传播学诸多理论范式的统合能力。

当前人本主义传播学思潮的研究主要在以下三个方面存在比较大的欠缺:

1. 研究核心的模糊性

当下的人本主义传播学研究并没有形成一个独特的研究核心。根据时代的变化,人本主义适时地提出要把主体性的人作为研究的核心。可是“主体性的人”本身就是一个十分模糊的概念。由于人本主义者来自于不同的学派,因此对到底研究什么人,不同的人本主义观点有不同的设想。这也就是说,在建立学科的核心理论时,人本主义思潮不同观点之间还有分歧,它们有的并没有摆脱经验主义的窠臼,有的则把人看作是一个抽象的哲学概念。更重要的是,其他人文社会

罗杰·菲德勒:《媒介形态变化:认知新媒介》,明安香译,24页,北京,华夏出版社,2000。

科学也在研究“主体性的人”，其他学科研究的“人”与传播学研究的“人”有什么不同呢？关于这一点，很多人本主义研究者没有界定过。

当前的人本主义者们较多地还是沿用批判学派的人学观。作为哲学和社会学研究的分支，批判学派对于传播中的人的理解过于抽象。按法兰克福学派的研究传统，人是指一般的、抽象的和哲学意义上的人。这个“人”的概念是一切人文社会科学的研究对象，不能突出传播学研究的“人”有什么样的特点。用这样一个概念来研究信息传播，研究的结论更像是哲学的结论而不是传播学的结论。

人本主义研究者说不清应当研究什么人，于是就出现了一系列的问题，第一个棘手的问题就是通过什么手段可以有效地研究人。受经验主义影响较大的研究者认为，对人的研究主要还是靠实证的手段，然而实证手段在研究复杂多变的人时所表现出的笨拙，早就受到了各方的批判；按照批判学派的说法，则要进行思辨和批判，思辨可以解决很多问题，可在实践中往往得不到证实。即使有的学者比如斯图亚特·霍尔提出要将定量与文化批判的研究方法结合起来，也因为“人”的概念的模糊而找不到最好的契合点。一般的人本主义传播学者把人设定为心理十分复杂、在不同环境下有不同动机的主体，放弃了人的任何相似点，把人视为完全不同的个体。这个假设不但在理论上显得过于偏激——人的行为或者属性肯定有一些根本性的相似之处，不能随意否认，而且操作起来也很困难，它逼着传播学去解一个多解方程，而得不出任何可以推广的规律，其结果必然是陷入个体主义的泥潭不能自拔。这是人本主义传播学的一个隐患，同时也给我们一个启示：新人本主义不能陷入矫枉过正的陷阱，否则将断送传播学研究的前程。

由此可见，没有一个核心理论假设，人本主义依然不能摆脱它的原生态——批判学派的窠臼，而且由于其他范式研究者的介入，使研究主张变得更加混乱。正因为如此，在对技术主义进行批判之后，人本主义的研究又表现出批判学派经常表现出的问题，那就是在批判了技术主义范式不正确的理论观点之后，无法建构出正确的理论。近

年来，随着技术主义的自我修正，人本主义又进入了一种各自为政的状态，范式建构因而停滞不前。

2. 唯人文主义方法的缺陷

核心理论假设的缺陷，使目前的人本主义只能继续采用批判学派的方法，这些被认为是“人文主义”的方法是对以往研究方法的很好的补充。但是，这些方法在强调科学主义的局限并试图加以排斥或改造时，往往又走到了事物的另一面。就像批判唯科学主义一样，唯人文主义也应当受到批判。

人文主义的研究方法是较为多元化的。但总的来说人文主义的研究方法可以分成两类：一类是具有理性色彩的，通常被称为体验与理解的方法；另一类是具有非理性色彩的，通常被称为直觉的方法。

体验与理解的方法又被称为解释性理解，相对于实证主义的说明。这种方法要求研究者通过对研究对象的深入体验和了解，对行为的动机、价值和情境进行分析、理解的阐释。理解的方法最早盛行于解释学和现象学的领域。解释学和现象学是与德国存在主义哲学思潮紧密联系在一起的两种哲学理论取向，后演变为人文社会科学理论研究的一种范式——解释范式的理论基础。19世纪下半叶，德国历史学派的代表人物狄尔泰就试图用理解的方法与说明的方法的不同，来区分自然科学和精神科学。狄尔泰坚持认为自然科学的研究者是无法理解（从主观的动机的角度）研究对象的，而精神科学的研究者则有能力理解自己的研究对象——社会文化现象。他认为人文科学的知识可以通过体验和理解来获得，而自然科学的知识则是关于外在客体的因果法则的说明。“我们说明的是自然界，而我们理解的则是精神生活。”

理解的方法在韦伯手中得到长足的发展，他把理解的方法从精神生活推广到整个社会生活，从而使理解的方法在人文社会科学领域大行其道。韦伯指出，“理解只能以文化科学中的事象为限，以社会行为为限。”他认为，就理解而言，有两种具体形式：“其一是对特定行

转引自周晓虹：《西方社会学：历史与体系》，282页，上海，上海人民出版社，2002。

动的主观意义的直接的观察性理解”，“其二是一种对动机的合理理解”。韦伯试图调和实证主义者和狄尔泰的针锋相对的观点。他认为人文社会科学理解的内容也包括对因果关系的理解，但是这种因果关系并不是必然的，而是或然的。以社会学为例，韦伯认为社会学的因果关系“不是必然的，而只是一种可能性……不是‘A必然导致B’的形式，而是‘A多少有助于B的出现’的形式”。

韦伯之后，在一代又一代学者的努力下，理解的方法不断地发展，并成为一种研究的范式。今天，它已经成为人文主义最重要的认识工具。今天，理解的方法倾向于将研究者与研究对象看作是一种互为主体的关系，而人文社会科学的研究“是一个交往各方不断辩证对话而共同建构研究结果的过程；不是为了控制或预测客观现实，也不是为了改造现实，而是为了理解和建构——在人我之间、个体与世界之间、过去和现在之间建构起理解的桥梁”。

直觉方法是另一种重要的人文主义的方法。与实证主义的方法和理解的方法都不同，直觉的方法不但是一种非逻辑的方法，而且它是“人脑对客观世界及其关系的一种非常迅速地识别和猜想……是从整体上做出的整体把握”。自柏拉图 and 老庄以来，直觉方法始终没有离开研究者的视线。现当代思想史上，胡塞尔、柏格森、海德格尔等大思想家都从不同的角度强调了这一研究工具的重要性。其中，柏格森对直觉方法的阐释最具有代表性。柏格森认为世界是意识的绵延，任何逻辑的方法都会造成对这个世界的片断式的理解，研究者只有靠整体的直觉的把握，才能触及世界的本质。

由此可见直觉的方法要求研究者对研究对象进行非逻辑性的和整体性的把握，在逻辑通道阻塞时，打破旧有的逻辑连接顺序，依靠含义模糊的证据做出创造性的判断。近些年来对直觉方法的研究表明，这种非逻辑的研究方法实际上是逻辑的分析通过不断积累于某个瞬间

以上三处引文参见周晓虹：《西方社会学：历史与体系》，354～355页，上海，上海人民出版社，2002。

陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，17页，北京，教育科学出版社，1999。

刘大椿：《科学活动论 互补方法论》，382页，桂林，广西师范大学出版社，2002。

在研究者思维中的突然升华。正如巴斯德的名言所指出的那样：机遇只偏爱那种有准备的头脑。

理解的方法与直觉的方法在其所支撑的人文主义方法大厦中扮演着迥然不同的角色。如果说，理解的方法使人文社会科学的知识在量变中不断扩展，那么直觉的方法常常可能导致人文社会科学某一领域发生革命性的理论突变，进而使人文社会科学诸多学科领域的理论观点发生质变。

当前的人文主义传播学研究者指出了自然科学研究方法这样和那样的不足，于是强调用人本主义的方法来研究传播学。比如人本主义的方法指责在复杂的人面前，实证研究往往是不科学的和不精确的，应当用更多质的方法和人文科学的研究方法来进行传播研究。可是，在很多情况下，人本主义的方法未必就显得更高明。人本主义的许多哲学思辨的研究方法如现象学方法带有很强的主观性色彩，相比于定量研究的误差，人本主义方法在逻辑推理上的偏差甚至不能用误差来形容，常常是似是而非。人本主义的解释性方法在微观研究上确实很有效度，但又常常不能推断社会宏观的研究。又比如，人本主义方法指责实证研究不能做到价值中立，传播学的研究不能回避价值问题。可是人本主义的研究方法承认研究的价值取向，却还是不能使传播学的研究变得更客观和科学。相反，许多研究者以价值取向为借口，为自己研究中的主观色彩和政治色彩进行辩护。其实价值中立的原则是很重要的，尽管做不到百分之百的价值中立，但这种信念的存在对于科学研究的独立性和科学性有着不可抹煞的积极意义。

人本主义目前所采用的方法与实证主义的方法相比，实在谈不上孰优孰劣。它们各自发挥着完全不同的作用。因此，如果人本主义的研究不能容纳量化或者定性的经验研究，而是一味加以排斥，那么传播学的研究同样无法科学地解释人的问题。人本主义的研究就只能停留在观念的层面，在现实研究中依然缺乏有效性。美国的主流传播学界至今依然排斥批判学派的一个主要原因就是，批判学派的方法在实践中没有可操作性，这也是一个不争的事实。如果新人本主义不能超越批判学派，那么它也依然无法成为传播学的主流研究范式，它一样会无法说服实证主义从而使自身处于一种边缘的状态。

3. 体系化程度的欠缺

没有统一的理论，没有统一的方法，只有一类相似的旨趣，人本主义各学派之间的观点通常是矛盾的，很多学派的理论本身都是零碎的，不成体系的。至今，我们看不到任何一个成体系的人本主义传播学研究，似乎任何一种人本主义研究都在体系化问题上遇到了不少困难。

由于在研究的核心理论和研究方法上无法超越批判学派的框架，因此在体系化的问题上，人本主义也不得不继承批判学派的缺点。正如前文所述，批判学派从严格的意义上讲没有形成一个统一的研究模式，也没有建构出什么系统的传播理论。至少从目前来看，人本主义也存在着这样的缺陷。

事实是，这些年来，人本主义的研究一直没有得以整合，更没有成为一个有机的整体。许多人本主义的理论至今依然夹杂在实证研究甚至是技术决定论的研究中。有许多理论常常自相矛盾，互相论争。如果不是因为那个“研究人性”的模糊旨趣，人本主义各种观点之间的差别，丝毫也不少于人本主义与经验主义甚至技术决定论之间的差别。

正是鉴于以上三点局限，尽管传播学人本主义转向符合时代的要求，可是目前它所造成的影响是十分有限的。如果不解决上述的问题，可以想见的是，虽然人本主义传播学根据时代的要求迈出了可贵的一步，但由于无法对时代提出的课题进行系统有效的研究，它将会失去进一步发展的可能性。其结果是，传播学人本主义研究的主张和方法将失去生命力。

本书认为，若要为传播学的未来规划一个出路，若要使人本主义传播学恢复活力，就必须为传播学新人本主义范式规划一个合理的研究框架，从而超越批判学派的框架，对其他的范式进行整合。与这个目标相比，人本思潮在很多方面还需要进一步完善，但这也正说明人本主义思潮还有许多发展的空间。相信如果能够形成一个较为合理的研究核心，并辅之以科学和合理的方法，新人本主义范式的构建有可能在较短时间内完成一个质的飞跃。

第七章 “信息人”：新人本主义范式的研究核心



从目前的情况看，传播学新人本主义范式的构建只是迈出了第一步，进展也不够迅速。我认为，其中最主要的原因是因为缺乏一个可以统摄和整合各种理论的研究核心。曾经有学者归纳过核心传播理论的内容：“首先，核心理论会告诉我们信息的发展……第二，核心理论经常涉及阐释和意义的生成……第三，核心理论有时对信息结构进行探讨……核心理论经常探讨的第四个方面是相互作用动力学……最后，核心理论还可能帮助我们理解机构和社会动力学，即权力和资源在社会中分配的方式、文化产生的方式和社会各部分间的相互作用。”但从这种繁琐的归纳中不难看出，传播学并没有形成真正的核心理论。

[美] 斯蒂文·小约翰：《传播理论》，陈德民、叶晓辉译，28～29页，北京，中国社会科学出版社，1999。

人文社会科学从本质上讲，就是人类自我认识的知识体系与价值体系。传播学也不例外。传播学只有把自己研究的核心放在人本身而不是信息传播的过程上，才能真正成为一门成熟的人文社会科学主干学科，否则它将只是一个失之偏狭的浅层研究领域而已。那些关于传播的定义，诸如“某个人（传播者）传递刺激（通常是语言的）以影响另一些人（受传者）行为的过程”，“传播是一个系统（信源），通过操纵可选择的符号去影响另一系统（信宿）”，等等，通常忽视了传播学真正重要的研究主题。人的信息传播活动就其本质而言，是一种人所特有的关乎其生存与发展的最为基本、最为重要的生命活动之一。“传播活动从本意上讲是一种生命活动——一种形成生命、联系生命、延展生命的活动。其核心是塑造和形成生命的精神。”

传播学家们正在逐渐意识到：传播学研究的核心应当是人，是具有信息属性的人，是在信息传播领域居于主体地位、拥有创造能动性的人；但由于种种原因，他们还未就这一问题进行系统的阐述。本书把这种特定研究对象定义为“信息人”。由于其独特的内涵和外延，“信息人”必将成为传播学新人本主义范式的研究核心。

第一节 对其他学科人性假设的考察

在考察“信息人”内涵之前，很有必要考察一下其他有影响的人文社会科学主干学科，是如何围绕各自的人性假说建构起开放而有序的理论大厦的。

几乎每一门人文社会科学都有自己独特的关于人性的理论假说，它们多以此为研究轴心展开其知识谱系，从而在人自我认识的科学体系中，找到无可替代的主题、视角与方法。换句话说，任何一门人文社会科学学科，都离不开对人性某一侧面的探究和论证。历史证明，一门真正成熟的人文社会科学总是自觉而充分地意识到它是人类自我认识的一部分。

丁海宴：《电视传播的哲学》，111页，北京，北京广播学院出版社，2001。

比如语言学。古老的语言学之所以在 20 世纪走出千差万别的言语迷宫，陡然焕发青春，其活力来自以索绪尔、乔姆斯基等大师为代表的一代又一代语言学者对于人类语言作为一个特殊符号系统是什么样子、为什么是这个样子、它的意义和功用是什么、不断做出最终涉及人脑的具有突破意义的理论假说和论证。英国语言学家 R·H·罗宾斯在其专著《简明语言学史》的末尾写道：“语言也许是人类最有特色的能力。人类在理解和研究语言的过程中，同时也在整个文化史中不断地认识自己，并且遵守我们文明的来源古希腊的中心特尔斐城的阿波罗神庙上，面对来访者的那条谕示：了解你自己。”正因为语言学把“语言人”作为学科母题，方向明确，视野开阔，方法得当，它在人文社会科学与自然科学之间实现了成功的跨越。人文社会科学主干学科间的相互关系一度集中到了“语言”之上，自然科学中信息科学技术与脑科学、医学的发展也因之受益。现今语言学发达的程度，已然成为衡量一个国家人文社会科学与自然科学技术水平的重要标志。语言是信息的载体，语言学的成功之路是传播学最好的参照。

又比如管理学。管理学出现的时候，它仅仅是把注意力放在管理过程的科学性这一问题上，只有当若干年以后，它一步一步把目标转向经济人、社会人和复杂人并涉及对人的本质进行管理学视角的研究以后，它才真正成为一门受人关注的重要学科。

事实上，不仅仅是语言学和管理学，几乎每一门人文社会科学的主干学科大致都是如此。各门人文社会科学研究的目标都是人，只是研究人的领域、角度和层次不同。社会学家讨论人类的群体生活状态，他们关注的焦点是“社会人”。经济学解释人类社会的生产、交换、分配、消费等活动，往往以“经济人”为出发点和落脚点。政治学阐述人类社会权力关系，研究“政治人”。法学研究人类社会强制性规范，探讨“法制人”。教育学追寻人的培养和发展规律，研究

[英] R·H·罗宾斯：《简明语言学史（第四版）》，许德宝等译，262 页，北京，中国社会科学出版社，1997。

“学习人”。人类学分成两大支脉，它的重心始终是“文化人”。历史学、文艺学、宗教学研究轴心分别指向“时间人”、“审美人”、“信仰人”，也都有自己特定的领域和角度。它们的发展经验，值得传播学关注与借鉴。

一、“经济人”假说

在所有人文社会科学关于人性的假设中，经济学对人性的假设——“经济人”假说是提出较早而又比较完善的。从亚当·斯密开始，“经济人”概念一直是经济学的一个基本前提，其思想内容也随着经济学本身的发展而日益丰富。在斯密看来，人的本性是追求私利，渴望以最小的代价获取最大的利益，人类的经济活动正是基于这样的人性前提。在现代经济理论中，“经济人”思想主要包含三个基本命题：

第一，“经济人”是自利的，总是追求自身的利益，最大化地满足自己的偏好。对此，施蒂格勒曾经说过：“我们相信人是追求效用极大化的动物。”

第二，“经济人”是理性的，能正确看待自己的利益，具有对环境的学习、适应能力，从而能最大化地实现自己的利益。

第三，只要有良好的法律和制度，“经济人”追求个人利益最大化的自由行动会无意识地有效增进社会公共利益。这一命题被认为是“经济人假说”的核心。正是从这一点出发，经济的研究从经济活动走向了经济制度等方面的研究。

“经济人”假定是经济学家对人尤其是市场经济中的人的基本行为特征的理论抽象。所有的经济分析就是由此出发，去分析人的经济活动及其结果。如果离开这一假定前提，也就不会再有经济分析。

当代中国学者指出，对“经济人”这个概念的理解也不能绝对化，需要注意以下几个问题：

第一，“经济人”特征是指大多数人在长期的经济、社会活动中表现出来的特征，并不意味着否认、排斥存在着无私的利他主义者，但经济分析总要从大多数现象出发。

第二，“经济人”假定中的所谓自利并不等于损人利己，也不是

一定与利他主义行为相矛盾。一些经济学家指出，在不同的场合，不同的关系中，人的自利行为或采取利己主义方式或采取利他主义方式。因此，承认人是自利的，并不意味着经济学家鼓吹损人利己。现代经济学家强调，人之所以具有自利这种“恶的承载物的属性”，是因为他们生活在资源稀缺的环境中，这种环境迫使他们凡事都要权衡利弊。因此为了自身的利益，即使是利己主义者，有时也认为合作比不合作好，而且，如果“社会的肯定和否定”会影响到个人利益，那么，个人的私利行为就会遵守商业道德和职业规范，甚至采取慈善和博爱活动的方式。

第三，“经济人”思想所强调的是法律、制度的重要性。如果没有必要的约束，自利的“经济人”可能在很多场合都会损人利己。因此，为了把自利行为约束、引导、激励到社会目标上来，一定要有良好的法律和制度。事实上，只有承认人都是“经济人”，才可能真正重视制度改革、制度建设。

近些年来，一批经济学家进一步扩展“经济人假定”的运用范围，认为它有助于理解人类的各种行为和制度。由此，这一假定被运用到许多非经济领域，并产生了一系列重要成果。

“经济人假定”是理解市场经济的前提。在市场上，大量的“经济人”作为市场主体，自主活动，分散决策，相互竞争，各自追求自身的最大利益，这就一定形成利益矛盾、利益冲突，但市场经济并不因此而陷于混乱、崩溃，相反能够有序运转并富有效率，原因就在于市场制度能够自发地把矛盾导向交易，把冲突导向合作，使自利的人在交易和合作中成为互利的人。哈耶克认为，“我们刚刚开始理解，发挥先进的工业社会的作用，要依据一个何等奇妙的通讯系统。这个通讯系统，我们叫做市场。它是一种整理分散信息的机制，比人们精心设计的任何机制都更为有效”。

“经济人”假设是一种高度抽象的理想类型，任何人都不是一个纯粹的“经济人”，比如几乎没有人是在从事经济行为时总是保持纯粹理性的行为，人的行为常常既有感性的成分，又有理性的成分。这就是主流经济学在解释经济现象时并非总是十分有效的根本原因。但没

有这种假设的存在，经济学的研究就不可能形成今天的体系。现代经济学大厦几乎完全是建立在“经济人”假说及对“经济人”假说进行修正的理论假说基础上的。

很显然，对于传播学来说，“经济人”假说是很有借鉴意义的。该假说从经济观念的角度出发，成功地分析了人的静态心理结构，并在这种结构的基础上构架了经济学的各种研究假说，如边际效用等，并因此成功地进行了各种深入的研究，使经济学的大树枝繁叶茂。这提示着传播学也可以并应当从人的信息观念入手，分析人的静态心理结构，从而建构起传播学的理论大厦。

二、管理学人性假设的演变

在人性假说方面，管理学的研究非常有特色。与经济学的研究不同，管理学视野中的人性假设不是一成不变的。相反，随着历史的变迁和时代的发展，管理学对于人性的认识有一个不断深化的过程。一般认为，管理学家们对管理活动中的人性假设适时借鉴其他人文社会科学主干学科的研究成果，先后经历了“经济人”——“社会人”——“文化人”——“学习人”等几个阶段。

作为一门正式的学科，现代管理学的诞生在 20 世纪初期，创立者是美国的弗雷德里克·泰罗。他首创的科学管理制度——“泰罗制”对现代管理思想的发展具有重大的影响，他也因为出色的管理理论建设和实践而被公认为“科学管理之父”。在泰罗看来，管理的对象就是亚当·斯密所说的经济人，他将企业经营的症结归结于此，提出企业经营者固然想赚取最大的利润，而工人又何尝不希望企业利润高所带来的高报酬呢。以“经济人”假设为前提，管理就成了一种谋求实现最佳经济效益的最佳方法，它利用人的经济动机，形成了以严格的标准化操作规程来管束人的行为、提高工作效率的模式。但这种管理方法受到后继研究者的无情的批判，原因是作为一种有着丰富精神世界的动物，人不仅仅有经济上的需求，而且更具有精神上的追

以上关于经济人假说的论述请参见邢贲思主编：《当代世界思潮》，北京，中共中央党校出版社，2003。

求，如爱与被爱，实现自我的价值等等。把人设定为纯粹理性的经济动物，在工业社会也许是较为科学的，然而在向信息时代过渡的历程中，这种观点就显得不太适用了。

于是，“社会人”假说应用而生。“社会人”假说源自著名的“霍桑试验”，这个由美国学者梅奥等人主持的长达九年的试验表明，影响工作效率的不是待遇和工作条件，而是工作中的人际关系。梅奥据此提出以“社会人”的假说取代“经济人”，强调管理必须重视人的社会需要，它不仅包含物质需求，更包含精神需求，如归属、受人尊重、自我价值实现等。这引发了管理理论的一次重要的革命，还有力地推动了行为科学理论的发展，后者极大地丰富了现代管理学对人性的研究。

20世纪50年代，行为科学中的人际关系学家们进一步提出“复杂社会人”的假设。其中，美国学者道格拉斯·麦格雷戈的“X理论”和“Y理论”颇具代表性。所谓“X理论”是对古典主义管理学的人性假设的一种概括，它突出人性中消极惰性的一面，如好逸恶劳、以自我为中心、保守而缺乏进取精神。麦格雷戈认为以古典主义管理思想为代表的传统管理理论都是以“X理论”为指导的，这实际上是一种片面的人性假设，导致了过于严厉或松弛的极端管理方式，未能有效地激励人的积极性。为此，他提出了一种自认为更合理的人性假设“Y理论”，充分肯定工作主体具有自我控制、承担责任及创造能力。以“Y理论”为前提的管理增添了许多富有人性色彩的措施，如权利下放、扩大职能范围、全员参与式管理等。在此基础上，70年代又有学者提出“超Y理论”，强调人的个体差异，认为人的需要是多层次的，每个个体在不同的环境及不同的发展阶段的需求也不尽相同，“X理论”适应层次较低的人群、“Y理论”则适应层次较高的人群，管理的人性假设应该充分考虑“权变因素”，采用更为灵活多样的管理方式。

20世纪后期，管理学开始进入后现代主义时期。随着自然科学与人文社会科学的飞速发展，人对自身本质的认识又有了新的发展。哲学家卡西尔认为，文化是人类在寻求自身不断解放过程中创造的一

个巨大的符号系统，人在创造文化的同时也塑造了自身的本质。据此，后现代管理理论提出了“文化人”的人性假设，试图涵盖此前的“政治人”、“经济人”、“社会人”、“复杂社会人”等种种人性假设，认定它们不过是复杂人性的不同侧面。在“文化人”人性假设的前提下，后现代管理学者们开始探索新历史条件下层出不穷的新课题，比如，如何处理传统社会结构发生重大变革后的个体与群体组织的关系？如何借助管理手段改善现代化过程中人性异化状况？等等。后现代管理理论中著名的“职工拥有企业股权”就是建立在“文化人”人性假设基础上的一条行之有效的管理新措施，它较好地实现了管理活动中个体与群体利益的相关互动。

管理学对人性假设的发展没有尽头。在 20 世纪 60 年代以后，现代终身教育思想兴起，发达国家社会学习化初见端倪，这一时代潮流很快影响到了管理学。管理学迅即思考人的学习能力，并把人看作是一个终身学习，不断创新的个体，学习型组织、学习型社会的理论应运而生。人作为一个“学习人”，正被纳入人本主义管理学的视野。

管理学现在已成为人文社会科学与自然科学共建共享的工程平台，其理论影响力也日见增强。与传播学几乎同时诞生的管理学迅速成长为现代科学体系先导学科、强势学科的经验，特别是它的人性思考历程对传播学有很多启示。比如，“学习人”的假说能给“信息人”假说以直接的启发。我们所能学到的最重要的东西是，人性的假说并不一定是一成不变的和静态的，它很有可能是随着历史的发展而变化的，是不断自我修正的。所以，传播学除了应从静态的结构研究角度研究“信息人”以外，还应当从动态和历史发展的角度研究“信息人”。这样才能真正建构起一个既不同于实证主义范式、又不同于批判主义范式的新的整合性范式。

第二节 “信息人”的本体意义

毫无疑问，与经济学和管理学一样，传播学也是一门人学，它研究的是人的信息属性。“正如经济学可以把人定义为‘理性的追求利

益最大化的动物’、社会学把人定义为‘全部社会关系的集合’、法学把人定义为‘天生的政治的动物’、心理学把人定义为‘由本能欲望和潜意识支配的动物’，传播学为何不能依据‘人是制造运用符号来传播信息的动物’这样明白的事实，建立起和经济学、社会学、心理学那样的社会科学主干学科？”传播应当成为一门研究“信息人”的学科。对于传播学来说，它的学科构架、学术基础、科学功能，都离不开关于“信息人”假说。如果我们把这个问题琢磨明白——或者大体明白，不但可以变革传播学，而且会使传播学对整个人文社会科学的发展乃至对整个现代科学体系产生更大的影响。

在讨论“信息人”的自体意义之前，还必须研究一下信息，研究信息与人的关系，考察一下人的信息活动有什么特点。

一、信息与人

人类的诞生和发展离不开物质、能量和信息三个要素。信息是人的三个最基本的需求之一，它无时无刻地围绕在人的周围，并源源不断地被人创造出来。从哲学的角度来看，信息的本质是一种独立存在，而不是任何其他存在的附庸，因此，维纳强调说：信息就是信息，不是物质也不是能量。

对于人类来说，相比于其他两种要素，信息似乎显得更加重要。美国哈佛大学信息政策研究中心主任安东尼·欧廷格对物质、能量、信息三者重新做了定义：“没有物质，什么东西也不存在。没有能量，就什么事情也不发生。没有信息，就什么东西也无意义。”为此，安东尼专门画了一个金字塔，金字塔的塔基是物质，当中是能量，信息居于最高层的“本质”地位。安东尼认为，信息资料是建造社会结构的基本砖块，信息的功能就是赋予物质以新的结构，赋予能量以新的方向，赋予世界以新的意义。

信息有多种多样，与人最密切相关的是社会信息。社会信息指的

吴予敏：《传播知识论三题》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，73页，上海，复旦大学出版社，2002。

转引自邵培仁：《传播学》，107页，北京，高等教育出版社，2000。

是与人类生活相关的一切知识和情感的表现。这是一种人性化色彩强烈的信息。早就有研究主张把社会信息作为传播学研究的核心内容。有学者认为，从传播学研究到社会信息研究，是20世纪90年代以来学科交叉的新趋势。这种社会信息学的视角与以往的信息论有所不同，它更多地关注在信息过程中，受信者如何创造和发出信息，如何接受和理解信息，所有的信息内容是否得到复原。其中人对信息的理解和解释成为了研究关注的一个重点。社会信息学对信息的形成和变化过程的研究，与传播过程的研究相比，则是更深入、更本质化的研究。这种具有人性化色彩的研究确实对新人本主义传播学的研究提供了许多启发。但这种研究关注更多的还是信息过程，如信息的形成、维持、发展、变化等等，信息还是被看作人的身外之物。有学者从哲学的角度对社会信息学的关注对象做出了批判，他指出：“传播的哲学意义，从根本上讲不是信息的流动过程，甚至不全在于信息本身，而是在信息流动、变化的过程中，所激发出的创造形态和创造结构。”

正是因为社会信息学在研究对象上的思考有所欠缺，因此生成中的新人本主义研究提出了自己的主张：传播学研究的信息，是人的本质属性，人即信息。因此，传播学研究的对象应当是处于信息传播过程中的人。

从人本主义的视角出发，信息可以被理解是人类存在与发展的前提条件，没有信息，主体就无法认识客体，从而无法适应其生存环境。与物质不同，信息是物质存在方式和状态的显示。因此，它没有大小，也没有重量，可以存贮，可以被人感知，可以依附在载体上进行传播，可以资源共享。正是因为如此，信息成为了认识主体与客观世界之间的中介。

当信息进入研究者的视野之后，哲学的认识论就发生了根本的变化。主体与客体的二元对立结构变成了主体—信息—客体的三元并列结构。“信息是客观事物与认识主体的中介……人类就是在接收、感

丁海宴：《电视传播的哲学》，126~127页，北京，北京广播学院出版社，2001。

知信息的基础上区别事物的差异，从而认识事物的。如果没有信息作为认识主体的人和客观事物的中介，人和客观事物的关系只能是物与物的关系，而不是认识与被认识的关系。”“要有效地生活，就要有足够的信息。所以，正像通讯和控制属于人的社会生活那样，它们也是人们的内部生活的要素。”只有当主体、客体和信息处于相互作用和相互转化的运动中时，人类才能进行认识世界和改造世界的活动。

从客观上讲，人对信息的需求是无处不在的。任何一个人，从一个胎儿开始到生命的终止，不论其是否自觉，信息都同水、空气和阳光一样重要，信息是人的生存与发展的精神空气，精神阳光。人作为生命的有机体，一刻也不能离开氧气的呼吸；作为社会的成员则一刻也不能离开信息的传播。也就是说，信息需求是人与人类生存发展最基本最重要的需求。正是因为如此，人作为一个“信息人”，这是一个不言自明的真理，以至于人们都觉察不到人的这种属性的存在。正是这种麻木，使得人的信息属性始终得不到深入的研究。“实际上，一切生活的运转都基于信息。人类生活的一大特征便是：我们大概意识到了信息和它多样的传播模式——尽管信息如空气一般无所不在地环绕着我们，以至于我们通常会忽视它所导致的那些意义深远的结果，那些随当前信息传播方式改变而产生的结果。”

由于人的信息需求无所不在，因此人的信息活动也是无时不在的。人的信息活动通常表现在三个层次上：“首先，人以一般物的存在性在自在的水平上与外界不断地交换着信息；其次，人又以认识主体的身份在自为、再生的水平上把握和加工处理着环境和体外的信息；再次，人还通过自身的社会实践改造环境，并在这一改造过程中实现自己的目的性信息。”从这个角度来看，人的信息活动非常复杂。自然界中的物质，通常能发出自在的信息，高级动物往往能通过

邹志仁主编：《信息学概论》，9页，南京，南京大学出版社，1996。

[美] 保罗·利文森：《软边缘：信息革命的历史与未来》，熊澄宇等译，原著前言1页，北京，清华大学出版社，2002。

郭焜：《信息认识论》，53页，北京，中国社会科学出版社，2002。

特有的心理机制简单地处理环境和体外的信息，只有人才能实现目的性信息。“人类与动物的传播是不同的……动物是按照刺激—反应规律进行的。人对刺激的反应往往不是直接的，而是通过内心世界的活动，理解刺激的含义，根据这个含义做出自己的行为的。”因此人的信息活动在地球上是无二一的。“人体恰恰是一个最高级、特殊的自然信息控制系统。他一经在信息活动中产生，就以新的、更高层级的姿态出现，甚至凌驾于自然信息之上来识辨、把握、加工、改造、创造信息，从信息的产物变为信息的主人，从一般的自在之物变为对自在之物进行认识的主体。”这就是人的独特的信息属性，这也是为什么我们能够把人称为“信息人”的根本原因。

二、“信息人”的本身意义

那么从哲学的角度来看，“信息人”的本质到底是什么呢？传播视野中的“信息人”是一种什么样的存在呢？

一种观点认为，人有获取信息的本能。在麦独孤看来，本能就是“一种遗传的或先天的心理倾向，它决定着有此倾向者感知和注意某一种类的客体，在感知时体验着某种特殊情绪的激动，并对它做出某种特殊样式的动作或至少体验着这种动作的冲动”。因此，在这一类观点看来，“信息人”的某些信息属性来自于人类生物性和先天性的倾向。

早期新闻学研究曾经触及过“信息人”的内涵。与一切本能理论一样，早期新闻学研究把获取信息和信息加工的能力视为人的本能，直到今天，多数新闻传播学者都认为，新闻传播起源于人类天生的好奇心，获取信息的本能或欲望。这种从本能角度对于“信息人”的解释并非完全没有道理，在某种意义上讲，人对信息的感知、加工和生产机制，在生理层面上，也可以被假设为具有某种天赋本能的特征。

崔保国：《信息时代传播学研究的创造性转变》，尹鸿、李彬主编：《全球化与大众传媒——冲突·融合·互动》，169页，北京，清华大学出版社，2002。

参见邬焜：《信息认识论》，127页，北京，中国社会科学出版社，2002。

转引自周晓虹：《现代社会心理学史》，85页，北京，中国人民大学出版社，1995。

如果没有信息本能，人就不可能学习语言并学会与社会其他成员的交流。

乔姆斯基的研究发现，在语言的深层结构中存在着普遍规则，他认为全世界各个民族的语言都是在这一规则的基础上生成的，这个普遍规则是先天的。也就是说，人天生就具备了学习语言的能力。乔姆斯基认为，人大脑中有一个系统叫“语言机能”系统，专管语言及其运用。人出生后，他的语言机能处于一种初始状态，经过后天环境的激发，逐渐发展。乔姆斯基强调，后天环境只是对“内在决定的成长过程”起激发作用，而且只对其产生有限的影响。

但是，另一种观点则认为，人的信息属性来自于人的社会性而不是生物性。该类观点认为，人是一种社会性极强的动物——人是社会关系的总和，人的遗传信息不是什么结构性的存在而只是一种可能性的存在。对此，皮亚杰评价说，有许多人“倾向于把先天的东西同在物质环境或社会环境的影响下所获得的东西对立起来”，“这样，‘人性’就全部建立在遗传特性上了”。“但是，人们现在越来越倾向于认为先天性主要在于功能的可能性，并没有什么现成结构的遗传。”

对于人而言，信息的社会价值远远地高于一切。因为，信息是人类社会生存的基本条件，也是社会管理的基础和行为的依据。认为人的信息属性是社会性的学者反对信息需要是人生物性本能的观点，而强调信息需要是人的一种社会需要。他们认为社会的存在基于两个最基本的假设：“（1）人类机体生理的弱点迫使他们与群体中的他人进行协作，谋求生存；（2）人类机体内和机体之间的那些有利于合作、从而有利于生存或适应的行动将会被保存下来。”而这种通过协作谋求生存必须通过各种信息交流的方式来完成。从这个意义上讲，社会的本质是一种信息互动。而人若想在社会中更好地生存下去，势必

〔瑞士〕让·皮亚杰：《人文科学认识论》，郑文彬译，3～4页，北京，中央编译出版社，1999。

〔美〕乔纳森·特纳：《社会学理论的结构（下）》，邱泽奇译，5页，北京，华夏出版社，2001。

有大量的信息需求。

在早期的社会学研究中，社会互动理论阐述了信息对人社会行为的建构作用。在乔治·米德那里，人行为的起点——“自我”不是一种生物性的存在，而是一种社会结构的产物。自我可以分成“主我”和“客我”两个部分，“主我”指的是个体的能动倾向，而“客我”则表示的是行为发出之后的自我形象。个体人格的形成就是主我与客我互动的结果。在米德的传人中，布鲁默、戈夫曼等人又进一步发展了“主我”和“客我”的观点，他们提出了社会角色的概念，并指出了人所扮演的社会角色是“自我”与环境互动的结果。社会互动理论的大师们尽管彼此间还有着这样那样的观点差异，但他们强调，自我与他我或者环境间的互动是通过符号来完成的，“我们像影响他人一样地影响自己，并通过对我们所说话的理解来传达社会情境”。因此他们又被称为符号互动理论。然而符号是信息的表现形式。其实所谓的符号互动究其根本是一种信息互动，人是通过信息的互动来扮演社会角色的。因此，概括社会互动理论的内涵我们可以看出，人是在社会性的意义上来使用信息的，带有社会属性的信息使用是人的本质属性。

人是通过传授信息来认识自然环境的。从认识论的角度来看，主体认识客体的过程，是客体在和主体发生相互作用的过程中，将客体自身的某些属性、特征的信息输入主体，并在主体中被识辨、加工和改造的过程。信息是其间不可或缺的中介。人也是通过接受信息来判断和适应周围的社会环境，他们通过从他人那里得到的信息来判断社会环境是什么样的，自我又是怎么样的，然后决定自己所应扮演的角色，决定自身的行为取向，从而趋利避害。这种适应有助于人的社会生存、发展和自我完善，并最终实现自己的价值。从社会的角度来看，人生来就是一种不能离开信息输入和输出的动物，他依靠创造信息和接受信息来构建自己的世界，这是人与动物的本质区别所在。

有学者认为，“人是传播动物，需要新闻、资讯、娱乐的程度和

[美] 乔治·H·米德：《心灵、自我与社会》，赵月瑟译，67页，上海，上海译文出版社，1992。

需要食物一样。事实上，以人类的机能而言，从失去感觉器官的实验就显示了，在没有食物甚至没有水的情况下，存活的时间比没有资讯还长。” 以下一个例子就是很好的佐证。据外电报道，以虐待俘虏出名的美军在俘获本·拉登基地组织成员后，就蒙住他们的双眼，将他们塞在地下室里，断绝了他们的感官与外界的联系。这些有着铁一般意志的基地成员由于无法收到任何信息，心理防线纷纷崩溃，许多人已处于发疯的边缘。这个事例很好地说明了信息对人的重要性。

以上所述两个方面的观点均有道理。从生物性的角度来看，人从受精卵开始，就是信息的自在之物，人类的遗传信息已经存在于这个受精卵中。这种遗传信息“直接规定着人的个体活动、人的发展的种种可能性”。但是，“在人的遗传基因结构中编码着两种截然不同性质的个体发育信息的程序：一种是决定论的，它保证着个体最一般的基础性生理、心理和行为活动方式和模式的形成；另一种是非决定式的，它只规定了某些可能的生理、心理和行为活动方式和模式的建构方向，而某一建构方向的实现则依赖于个体后天所处的环境条件。”

因此，人与其他动物的本质区别并不表现在生物性的决定性的遗传信息上，而是表现在非决定性的社会性遗传信息基础上。建构成人还是建构成其他动物的遗传信息的表达是以环境信息为中介的。如果环境是某种动物的生存环境，那么个体就建构成该动物群体的一员；如果环境是人的社会文化的氛围，那么个体便建构成人的个体。在各国发现的狼孩、猪孩、狗孩的现象，有力地证明了人与动物在信息上的差别主要就体现在那种社会性的非决定性的信息。

综上所述，从本质上讲，传播学“信息人”研究的主要内容是人的社会信息属性而不是生物信息属性。尽管后者的研究对于我们全面地认识“信息人”也有重要的作用。

[美] 克拉克：《电话发明二百年后的传播》，见 [美] E·E·丹尼斯、D·M·吉尔默编：《大众传播的恒久话题》，滕淑芬译，335 页，台北，台湾远流出版公司，1994。

本段两处引注参见郭焜：《信息认识论》，128 页，129 页，北京，中国社会科学出版社，2002。

第三节 “信息人”的界说

一、对“信息人”概念的界说

在新人本主义传播学的视野中，“信息人”不但是信息的接受主体，也是信息的加工主体，又是信息的传播主体。根据对于信息人本质的认识，“信息人”把传播学所研究的主体性的人假设为具有如下特征的人，这些特征构成了信息人的主要内涵：

首先，“信息人”是一个完整的信息处理系统，能够主动地获取与选择信息，他们有足够的处理能力信息的输入与输出。

这种选择既表现在信息的质的方面也表现在信息的量的方面。从质的方面来说，能够引起“信息人”兴趣或者与“信息人”的生活息息相关的信息通常会被接受和消化。从量的方面来说，在信息匮乏时，处于信息饥渴状态的人会千方百计通过各种渠道去搜寻并获取信息；而当信息过剩时，处于信息焦虑状态下的人会更更多地过滤和回避信息。而通过研究人的信息选择的心理机制，新人本主义范式可以建立自身的微观研究。

那种被技术决定论所放大的“容器人”现象固然存在，但只是“信息人”的异化状态；用这种反常现象来说明人的被动以及媒介的强大，并不科学。日本学者浅田彰宣称，现代人为了躲避信息轰炸和信息泛滥，将来可能会发生集体逃走、远离信息、躲进深山老林的现象。这种观点更是耸人听闻，没有科学根据。人的主动选择表明了，一个正常的“信息人”是一个调节信息输入与输出的高手，他们会按自己的意愿选择或者过滤信息而不是相反。尽管任何“信息人”处理信息的能力都有一定限度，但对于无法处理的“冗余信息”，多数“信息人”都会将其过滤。

当然，信息的匮乏和信息的爆炸并不是截然对立的。信息爆炸常常并不能掩盖信息匮乏，而且有时信息越多，人们反而越有信息匮乏的感觉。现代人被大众传播所提供的冗余信息重重包围着。可是对于信息消费者来说，这种泛滥成灾的冗余信息，绝不能说都是能切实满

足自我精神饥饿和信息饥饿的信息。面对信息爆炸与信息匮乏并存的悖论，人们常常会感到对信息既感到厌倦又感到饥渴。

其次，“信息人”通过接受信息来适应社会，通过创造和传播信息来改变社会，并最终实现自己的价值。

“信息人”的信息行为具有明显的目的性。“动机问题可能是人类一切机能中最主要的一种机能。”新人本主义范式的研究正是从人获取、选择、加工、创造、传递、利用信息动机的复杂性切入，研究人为什么进行传播，背后的规律是什么，受到何种社会和社会心理因素的影响，从而建立中观研究的理论。

这个被大量的研究所证实的道理总是引起争议——人是信息的积极创造者和传播者，而不只是信息的接受者。只要有条件，每个人都想与外界交流信息——这是一个双向信息传播过程。人在信息传播的过程中从来不是被动的接受者，而是一个积极的行动者。即使是接受信息，他的接受行为和信息理解行为也总是在不同程度上对信息进行二次创造。

从这一点上，我们明显可以感受到以往传播学效果研究和受众研究中的缺陷。其实效果的强弱不是绝对的。一个受众可能会表现出对某一信息的强烈反应，但有时迫于某种社会压力并不明显表现出来，有时却表现得特别明显。可以预期，在确立了“信息人”的研究核心以后，传播学效果研究的重要议题之一就是解释在不同的社会情境下，受众是如何主动处理信息的，而不是仅仅用数据说明什么样的内容会改变受众的态度。

最后，“信息人”通过“协商”，构建了日常生活中达成共识的信息传播规则，从而建构了传播的领域和世界。

从这一点上可以看出，“信息人”假说不但具有个体意义上的研究价值，而且具有整体意义上的研究价值。受到社会信息积淀的影响，几乎所有“信息人”都生活于传播的规则之下，正是因为如此，

[美] 杜·舒尔茨：《现代心理学史》，沈德灿等译，394页，北京，人民教育出版社，1981。

从政治、经济、文化和社会的角度透视“信息人”是很有必要的。但与当前传播制度研究不同的是，新人本主义范式的“信息人”研究更多地突出了人在传播制度和过程中的主动建构作用，从而要求传播学从制度与人的互动中把握传播的规律。

从这个意义上讲，传播研究的重点不应仅仅是传播的内容或效果，还应当包括传播的游戏规则。在这种游戏规则（或是潜在的，或是显在的）的指引下，个体的传播行为变成了社会的传播行为。任何传播研究，如果不把研究传播规则作为自己研究的重心之一，解释传播发生的情境，就无法真正认识传播的复杂性。新人本主义的范式，将会大大强化对传播制度的研究，将“信息人”的研究从微观层面扩展到中观、宏观层面，逐步构建一个开放的、相对完备的体系。

当然，传播制度的本质是一种人的研究。现有传播研究在制度研究的层面往往无视人的主动性和建构性，因此出现了种种的问题。比如在控制研究中，现有传播学面对网络所面临的失控难题，过分依赖传统的制度研究方式，而不注意网络传播游戏规则的人性化特点，因此取得的进展不大。如果围绕“信息人”这一研究轴心，深入探讨在某一网络社区上的主体及其沟通的游戏规则包括存在的潜规则，就有可能取得一些意想不到的突破。

综上所述，传播学的研究对象“信息人”，就是指那些追求信息获取、交流与使用最优化，从而满足自身生存与发展的根本性需求的人。社会人都是“信息人”，尽管由于时代不同、地域不同、文化传统不同、社会角色不同，他们之间有着很大的差异，他们的信息传播行为充满了偶然性、无序性和复杂性。这是一个充满挑战和魅力的巨大研究空间。

二、“信息人”的静态界说

从更深的层次来看，“信息人”的研究可以从静态和动态两个层面加以界说。

所谓静态的“信息人”，研究的是在共时态的状况下，不同人的不同信息需求和信息结构以及这种结构对传播的影响。

人的信息传播行为，常常取决于人的信息结构，也就是认知结

构。这种信息结构是个体以往感性经验信息、理性创造信息的凝结。它决定了人们需要什么样的信息，接受和过滤什么样的信息以及传播什么样的信息。人的信息结构是具有很大差异的，宏观世界由多重复杂的维度决定着。即使在同一时代同一国家甚至同一群体中，不同个体的信息结构也是不同的。

这种信息结构的差异与人口学的特征有着相当重要的关系。不同年龄、性别、职业以及文化程度都可能导致不同的信息偏好。比如说，一个老人的信息结构就可能与一个年轻人存在着很大的差异。因此老人的信息需求和信息偏好往往不是年轻人所能理解的。

这种信息结构的差异与人的心理需求也有着重要关联。马斯洛的人本主义心理学研究表明，人的需求有七个层次：生理、安全、归属和爱、尊重、认知、审美和自我实现。心理需求层次越高的人，或者说文化需求层次越高的人，文化素养越高的人，对信息需求的层次也就越高。

这种信息结构的差异与人的社会特征也有着密切的关系。一个处于社会上层的精英人物，与一个生活在社会底层的小人物对信息的需求可能是完全不同的。米尔斯对美国白领阶层的研究表明，作为社会中产阶级组成部分的白领通常是一群政治后卫而消费前卫的人，因此他们对于严肃的政治信息多少有些疏远，而对消费中的时尚信息却十分关注。不仅如此，个体身处何种群体中也在很大程度上决定了其信息的选择与接受。

这种信息结构的差异与人所处的环境也是息息相关的。常常因为地理环境的缘故，人们的信息结构有很大的差异。在一个信息闭塞的环境中，人的信息水平和信息需求的层次都比较低。在本书作者对大别山的村民所做的一次实证研究中，有一些村民甚至连时任的国家主席是谁都不知道。常常因为文化环境的缘故，不同文化背景的人具有不同的信息结构。比如，生活在大城市大众文化氛围中的人，与生活在乡村文化中的人，可能对于流行等信息有着完全不同的理解。

以上的内容带有举例的性质，每个课题都需要大量的实证研究予以数据的支持。在深入了解了主体的信息结构后，传播学研究有望取

得新的突破。

比如，网络“信息人”通常具有较高的信息素养，能够在网络社会复杂的传播系统中游刃有余；如果不具备这样的信息水平，他们就可能复杂的网络世界中迷失方向：

(1) 从他们的价值观来看，信息与知识是最重要的资源，因此他们力图通过各种方法获取这些资源。

(2) 他们可以熟练地评价和创造性地应用各种信息，而且由于可以采用匿名的传播方式，因此他们在传播上显得更有主动性和主体性。

(3) 他们会利用多媒体形式传达和接收信息，具有高效获取信息的能力。

(4) 他们使用网络时有着完全不同的信息需求，在信息搜索上有着不同的信息偏好，这些偏好使信息结构相似的人成为特定虚拟社区的成员。

(5) 他们通过微妙的共识进行沟通，创制了网络传播的独特游戏规则。

(6) 虚拟空间成为他们习惯的生活空间之一，是他们构建的新世界，这使他们的信息结构成为一种二重性结构。

只有认真分析网络“信息人”的信息结构特征和信息能力，我们才能开展下一步的研究。有人不明白为什么不能用以往的传播理论去套用网络传播研究，原因是网络主体与传统传播主体不是一个概念的主体。只有当我们对特定的网络群体的特征有了深入的了解，我们才能进一步研究他们的控制模式，他们的游戏规则，传播的效果。我们才能明白网络“信息人”为什么很少因为观点与主流不一而沉默，才能明白网络“信息人”在现实生活和媒介中表现出二元性的传播行为特征。

在传播研究中，静态的“信息人”概念意味着经验主义的研究必须考虑人的动机、观念以及人所处的情境，并重新设定实证主义的理论假设和量化方式，更多地采用定性的研究方式，突出小群体研究和个案研究的重要性。另外，静态“信息人”的假设也有利于语言学、

结构主义方法在微观研究层面和实证方法的有机结合。

此外，静态的“信息人”研究也不能仅仅停留在微观的人性层面，而要与社会信息结构与信息制度的特点相结合。静态的“信息人”研究与实证主义受众研究不同的是，前者只关心受众的需求和特点，而后者更关心主体与社会的互动，从而建构起宏观微观互动的研究模式。

三、“信息人”的动态界说

从动态的角度来看，人生来就是“信息人”，但是不同的历史时期有不同的“信息人”，“信息人”的外延在不断地扩大。网络时代的“信息人”与印刷媒介时代甚至和广播电视时代的“信息人”有了很大的不同，这种不同体现在价值观念、生活方式、思维方法甚至人生哲学上。正如马克·波斯特所说，不同的时代有不同的“信息方式”。而这些不同信息方式正是通过不同时代的“信息人”表现出来的。比如说，本书第一章中阐述了城市化所带来的信息需求的变化；其实，与传统社会的村民相比，现代社会的市民是一种拥有完全不同信息方式的“信息人”，正是这种“信息人”的出现，推动了传播业的发展，导致了大众传播时代的到来。

理解了“信息人”概念的动态性，就可以从另一个视角来看待人类发展的历史。以往的传播学将人类传播的历史分成口头传播时代、文字传播时代、印刷传播时代、电子传播时代和网络传播时代。这种划分的标准是某一技术的诞生，它未能揭示人类社会深层结构以及人的主体地位的深刻变化。马克·波斯特指出，“历史可能按照符号交换情形中的结构变化被区分为不同的时期”。他认为人类的历史可以被区分成三个阶段：在第一个阶段中，“自我由于被包嵌在面对面的关系的总体性之中，因而被构成语音交流中的一个位置”；在第二个阶段中，“自我被构建成一个行为者，处于理性/想像的自律性的中心”；在第三个阶段中，“持续的不稳定性使自我去中心化、分散化和多元化”。这种注重人信息水平发展的划分和“前现代社会—现代

[美] 马克·波斯特：《信息方式》，范静哗译，13页，北京，商务印书馆，2000。

社会—后现代社会”或“农业社会—工业社会—信息社会”的划分是暗合的。这种划分的科学性虽还有待进一步讨论，但它已经为我们重新理解人类的传播历史，并更好地从信息角度回答“人是什么”提供了一个崭新的视角。

作为一个动态的概念，“信息人”概念的提出对传播学意义重大。“信息人”概念的动态性将传播学实证研究与人类历史文化研究紧密结合在一起。用这个概念为研究视角，可以帮助研究者解决许多传播学到目前为止悬而未决的问题。

还是以受众研究和效果研究为例。正如第四章所述，在传播学效果研究的历史上，经历了三个历史阶段，每一历史阶段的效果理论及受众的假设都是对前一阶段的一种否定。但在“信息人”的理论视野中，这并不能说，后一阶段的效果理论和受众理论较之前一阶段都更为科学：这条带状理论链的形成，实际上从一个侧面反映了现实生活中“信息人”外延的不断扩展。

在20世纪上半叶，广播电视还未能普及，识字率的问题困扰着平面媒体的扩张，社会处于信息爆炸即将来临的前夜，而一般受众依然只具备处理少量信息的能力，信息素养较低，信息方式较为简单。对于铺天盖地突如其来的传媒信息，一般受众除了接受别无他方。“魔弹论”和“万能效果论”的产生是有其历史土壤的。20世纪中叶，电视刚刚普及，在历经了信息爆炸的初次洗礼后，人们处理信息的能力有所提高，对信息的选择能力有所增加，有限效果论的盛行也是一种必然。等到电视成为了人们的一种生活方式，传媒影响从显在变为潜在，人们身处媒介环境的包围之中时，新一轮的持续不断的信息包围使人们在潜移默化中受到信息的影响，因此传播的晚期强效论自然被提上议事日程。

但是由于不了解“信息人”的动态性，许多研究者都把在特定历史条件下产生的“魔弹论”或者有限效果论作为自己的靶子，认为这些是纯然错误的结论。这个观点未免有失公允。不宜把相对适用于当前“信息人”的效果理论，简单套用到以前的“信息人”身上去；更不宜用出自当前“信息人”情境的效果理论，全盘否定乃至讥讽源于

以前“信息人”情境的效果理论。历史经常会嘲弄那些不了解历史的研究者。当人们一味抹煞“魔弹论”时，在某些极端的原教旨主义群体中，“魔弹论”的特定适用性又凸现出来。

四、“信息人”概念的理论意义

“信息人”概念的提出，意味着传播学研究核心的确立，将产生重大理论意义。新人本主义传播学将完成经验主义等范式未能完成的工作。

“信息人”假说将使传播学的理论经过整合而体系化。“信息人”既具有静态的内涵，又具有动态的意义，它使传播拥有了自己明确的研究核心。通过对“信息人”相对完整的共时性研究，传播学的视域将获得前所未有的重大拓展。古往今来有关传播研究的宏富思想文化资源可以获得有效开发和充分利用。经典传播学以及其他学派的宏观传播研究与微观传播研究二元对立的理论将可能得到重新整合，并取得进一步的发展。通过对“信息人”相对完备的历时性考察，传播学的科学与人文的底蕴将得以释放，其理论创新的力度和深度将得到呈现。各种有价值的相关理论，包括经典传播学的理论成果，将会因为“信息人”这样一个具有历史厚度和理论包容度的概念而被重新审视、重新梳理，形成错落有致的传播思想史理论。而在“信息人”概念的统摄下，“传播动力学”与“传播静力学”的二元框架正在形成，“宏观传播学”与“微观传播学”的格局也将从对立变成统合。这是传播学体系化的一个必经之路。

另一个方面，由于“信息人”的研究涉及多个学科的研究内容，因此“信息人”这个概念还能将传播学的研究演化为以传播哲学为中心的学科群，从而完善传播学的研究体系。关于这一点，下一章还将作进一步阐发。

“信息人”假说将让传播学研究走向成熟。对人的研究的自觉程度与深度，是人文社会科学学科成熟度的重要标志，也是学科地位的重要标志。许多学科成熟的标志就是把自己研究对象的定位，从某一人文—社会现象自觉地转换为造就某一人文—社会现象影响的人。除了上文已作评析的个例之外，这里还可举出社会学。近代社会学成熟

的标志就是马克思的社会学思想的提出和韦伯解释社会学思想的形成，而这两者都是社会学中人本主义的代表。当代美国社会学的兴盛，在很大程度上也是因为逐渐扬弃行为主义的弊端，转而致力于“社会人”的研究。人的假说，对于人文社会科学来说拥有一种巨大的思想理论凝聚力。

由于未能从信息传播的角度告诉世人“人是什么”，因此经验主义范式、技术主义范式和批判主义范式都没有让传播学变成一门被公认的成熟的人文社会科学主干学科。传播学作为一门独立学科的学术地位始终受到质疑。但是，这些范式不能完成的任务，将随着新人本主义传播学对“信息人”研究的逐步深入而被解决。从根本上讲，强调“信息人”的假说，就是旨在从信息及其传播的特殊视角对人进行认识、理解与阐释。“信息人”的研究终将导致调动包括信息科学、脑科学等自然科学研究成果在内的所有相关的科学文化能源，上至哲学层面，下至传播实践经验层面，构建一个科学的理论体系，对人的信息属性进行完整的阐释，从而使传播学像现代语言学一样逐渐走向体系化，走向成熟。

“信息人”假说将有助于统合传播学研究中的科学主义和人本主义思潮。任何一门成熟的人文社会科学只有在统合了科学主义和人文主义两种不同的思潮以后，才能更好地应对当今复杂的社会。因此，在当代各门人文社会科学中，都存在科学主义与人文主义综合化的发展趋势。传播学想要解决目前面临的难题，也需要这两种研究取向的统合。

科学主义思潮在传播学中的突出代表就是经验主义传播学范式，从新人本主义传播学的角度来看，它有如前所述的许多局限性。而新人本主义传播学的雏形尤其是批判主义范式的一些研究，至少从目前的情况来看，还存在着各种各样的缺陷。公允地说，这两种思潮从当前来看各有其长，又各有其短，将两者结合起来，取长补短，将是最理想的。以往两种思潮的对立，主要是找不到一个统合的平台，它们对传播学研究的核心有不同的观点。“信息人”这个概念的提出，为传播学确立了一个既能得到科学主义思潮认可，又能得到人本主义思

潮认可的研究核心，必然会为科学主义与人本主义范式的联手提供一个良好的平台。“信息人”的研究，能够将科学实证分析与历史人文分析结合在一起，将人性的人本阐释与制度的实证分析结合在一起，形成一种相对完善的新人本主义传播学研究范式，从传播学的角度对人的信息本质和信息属性做出全面的解释。

“信息人”假说将帮助传播学发现并解决许多新的课题。如前所述，由于以往传播学的研究较多忽略了主体性的研究，因此它们不能回答许多重要的问题，尤其是在一个媒介日趋人性化的时代，这种欠缺变得越来越不能容忍。信息社会从“信息人”的角度提出了许多有待解决的课题，从广度上讲，这些围绕“信息人”展开的课题是原有传播学研究课题的一个重大的拓展。从深度上讲，这些课题要求传播学在人的信息本质的研究上继续深入开掘。这些课题其实也就是信息社会对传播学提出的课题，包括：

- (1) 人类信息传播思维的发生与发展规律；
- (2) 人的基本信息需求及信息人在传播中的多重主体地位；
- (3) 信息获取、信息交流与信息使用最优化的一般条件与主要途径；
- (4) 传播对于个人及人类发展的意义和价值；
- (5) 复杂社会关系及复杂行为对传播的影响；
- (6) 传播技术和传播媒介对人的复杂影响；
- (7) 在混沌的传播巨系统中，信息传播的发展空间、发展秩序以及可见的发展陷阱与发展限度；
- (8) 信息人的角色定位、历史变迁及其与传播发展的交互影响。

当然，尽管“信息人”假说的研究前景有着光明的未来，但从目前的情况看，“信息人”假说还远不完善，新人本主义范式研究核心的最终确立还有很长的路要走。

第八章 多元方法论：新人本主义范式的研究路径



由于将传播学研究的核心界定为“信息人”，新人本主义范式不可避免地要涉及人的信息属性及其各个侧面的研究，不可避免地涉及理论和实证两个方面的研究，这就要求拥有多元方法论这样一种关于复杂性科学方法的理解体系加以支撑，以统合来自不同取向、不同学科、不同层面的认识方式和科学方法进行传播研究，逐步打造具有自己特色的研究方法平台。

如第六章所述，目前，传播学的人本主义研究过于倚重人文科学的认识方式和研究方法，这样做的后果是对经验研究的矫枉过正，在方法论上显现出了结构性的缺陷，这对新人本主义传播学的发展十分不利。新人本主义传播学若想取得突破性进展，就必须将人文主义的方法论与科学主义的方法论结合起来，将量化的研究方法与质化的研究方法结合起来。传播学新人本主义范式的基本研究方法是什么？在本书看来，就是一种立足于“信息人”研究的需求，以复杂性科学为主要参照，集人本主义和科学主义于一体，集定性与定量研究于一

体，多门学科方法互渐的多元方法。

第一节 方法论的融合

在经验主义范式中，具有支撑性意义的方法论是科学主义方法论。然而如前文所述，人文社会科学的研究方法是一种二元结构，在早期的社会科学研究中，这种二元结构表现为一种对立的形态，经验主义传播学与批判主义传播学的对立就是这种结构的典型反映。本书第三章已经重点讨论过科学主义方法论，第六章也讨论过人文主义的具体方法，因此本节将集中讨论人文主义方法论以及方法论的融合问题。

传播学中人文主义方法的兴起，应归功于批判学派。是批判学派第一次将哲学解释学、现象学和批判理论等理论与方法引入了传播学研究，试图用批判范式的方法论取代实证范式的方法论。这种努力的结果，使人文主义方法论在传播学的研究中获得了一席之地，并开始与科学主义的方法互相融合。传播学的研究方法从二元对立结构走向了二重性结构，从而为新人本主义范式整合性方法论的出现创造了良好的条件。

一、人文主义方法论的主张

方法论的人文主义取向主要诞生于早期的一些人文学科，尤其是非实证性的思辨哲学。这一类方法在早期的古希腊和中国的思想家们那里已经颇有所成。可以说，在19世纪以前，许多人文学科的方法，都是具有人文主义倾向的。进入19世纪以后，随着与科学主义方法的兴起，在与实证主义的针锋相对与互相借鉴的过程中，带有人文主义倾向的方法又获得了长足的发展。尽管在社会科学领域，很长一段时期内，这些方法并不占主导性的位置，但它独特的优点常常弥补了实证主义在方法论上的缺陷。

1. 人文主义方法论的假设

较之于科学主义方法论，人文主义方法论的前提假设有所不同，这种不同主要体现在如下几个方面：

首先，人文主义方法论认为人的行为和社会事实充满了偶然性，不存在唯一和固定不变的客观事实，也不存在永恒不变的规律。人的行为和社会事实是独特而无法重演的，是由人建构出来的。在人文主义者眼中，所谓社会事实不是必然发生的，其客观性和确定性远远不如自然科学的研究对象。它是由情境和人的行为互动而导致或建构的。在研究这种具有偶然性的事件时，自然科学的方法不可能真正揭示事件的本质。相反，只通过解释性理解，或者直觉的方法才能真正抓住社会事实的本质。

其次，人文主义方法论认为人的行为和社会事实是复杂的，这些行为和事实与具体的情境结合在一起，离开了情境，研究者就很难解释这些行为和事实的规律。因此，自然科学的那种简化实验条件，以便排除干扰、获得规律的研究方法，对这种复杂的情境并不适用。而且人的行为和社会事实通常是随时间的变化而变化的，这也在某种程度上增加了人文社会科学研究对象的复杂性。

最后，人文主义方法论认为人文现象与社会事实是很难精确测量、统计和检验的。人文现象的复杂性毋庸置疑；具体社会问题或个人的行为也多具有不确定性和多义性。社会事实和个人行为具有不可重复性，而且人与人、事与事之间有很大的差异性，因此，从某些行为中得出的规律是不能重复检测的。而且由于测量者本身的复杂情况进一步增加了这种测量的难度，许多测量的结果带有研究者的主观性色彩，因而并不准确。总之，人文社会科学的大量研究对象既不可能得到精确测量，也无法得到证实或证伪。

2. 人文主义研究方法的原则

与实证的方法相对应，人文主义研究方法主要有如下原则：

一是建构性原则。科学研究的对象都是经验的，人文主义的研究对象也建立在经验事实的基础上。但人文主义者主张人文社会科学的经验研究对象——社会事实并非早已客观存在，而是在研究者与研究对象互动的过程中被建构出来的，这与科学主义的主张是完全不同的。人文主义者认为，意义并不是客观存在于被研究的对象那里，而是存在于研究者和被研究者的关系之中。因此，人文主义者不主张对

社会事实或个人行为仅仅进行精确说明和描述，而主张对这些事实从整体上进行理论抽象，进行理解性解释。

二是包容性原则。与科学主义不同，人文主义的研究方法并不认为人文社会科学的研究会有客观的、精确的、公理式的结论，因为人文社会科学的研究对象是复杂的社会事实和人的行为，这些研究对象的行为经常会出现歧义，而一些事件在发展过程中也会出现前后矛盾的现象，从而使具体研究得出不同的观点和结论。这些观点可能都不是真理，但每个观点肯定都看到了事物的一个侧面，因而具有正确的部分，有其存在的价值。因此，强调多元化观点的碰撞、交锋和互动，对人文社会科学的发展有着积极的意义。

三是价值关联性。人文主义的研究方法更多地强调研究的价值介入。人文主义的方法认为，由于研究者本身处于社会之中，他的研究对象又是具有思考能力和主体性的人，因此研究者不可能像自然科学家那样做到完全的价值中立。价值中立的结果会导致对研究对象理解的偏差。因此，人文主义方法要求研究者投入到研究的情境中去，深入地体验和理解，而不是超然旁观。在很多情况下，只有充分发挥研究对象的主观性才能真正理解社会事实。当然，价值介入是有限度的，人文主义的方法也并不赞成因为价值关联，使人文社会科学研究丧失其学术的独立。

二、两大倾向的对立与融合

从 19 世纪中叶开始，科学主义和人文主义的对立，至今已经有一个多世纪。科学主义看到了科学的精确性和实用性，因而主张人文社会科学的方法自然科学化，这一设想因忽略了人与自然物的不同导致研究难以深入；而人文主义看到了人的复杂性，社会事实的建构性，但由此提出的方法却不能有效地获取精确的结论。因此，这两种方法都有自己的长处和适用范围，但与此同时，也都不能凭一己之力解决所有问题。当然，没有必要苛责这两种方法的局限性。因为，“任何一种方法都是有前提的，它总有一定的适用范围和层次，总有

特定的角度，无限适用的、能满足人们一切要求的方法是不存在的。”

但是，一个多世纪以来，在社会科学各学科中，两种研究倾向经常互相指责，它们夸大对方方法的缺陷，认为只有本身的方法才是金科玉律，拒不吸收对方的合理因素，甚至不愿意看到对方的存在。这种对立无益于两种倾向彼此互动，取长补短，也不利于社会科学的长远发展。因此，随着时代对人文社会科学提出越来越高的要求，进入20世纪后半叶，这种二元对立的情况再也无法维持下去了。

20世纪60年代以后，随着实证主义研究在现实中遇到了一系列的问题，人文主义研究方法又被人文社会科学家重新认识。对人文主义方法的再认识使研究者们欣喜地发现，人文主义的研究方法在很多方面与实证主义方法互为补充，两者的共同使用，在具体研究中取得一些意想不到的成果。在一些学者的努力下，科学主义与人文主义的方法论步入了一个互相融合的过程。越来越多的学者开始认同这样一个观点：“重要的不是在这两个观点之间进行选择，而是社会科学家协调和应用这两个对立观点的能力，对一些学者和实际工作者来说，研究和应用社会科学就是努力对这两个传统进行综合。”

这种融合主要表现在两个方面：

一方面，在研究一个具体的人文—社会问题时，我们已经很难看到纯科学主义的研究或纯人文主义的研究。研究者们越来越意识到，只有在这两种方法论对立统一的情况下，人文社会科学研究才能取得更大的进步。比如，在最近较为热门的话题——恐怖主义现象的研究中，实证的方法和人文主义的方法齐头并进，互相支持。很难想像，研究者仅仅只用实证主义的方法或人文主义的方法就能够对恐怖主义这样复杂的问题做出深刻的解释。

景天魁主编：《现代社会科学基础（定性与定量）》，49页，北京，中国社会科学出版社，1994。

[美] E·S·奥弗曼：《当代社会科学的特性：两种不同的观点》，载北京《国外社会科学》，1990（1）。

另一方面，科学主义者与人文主义者均开始理性地自我检视研究方法存在的缺陷，并试图从对方的研究方法中汲取合理成分，进行自我改造。人文主义各种方法的应用，很好地补充了社会科学中实证主义在人的研究上的欠缺。它可以在实证主义感到特别棘手的复杂心理活动和社会行为研究上，做出独特的贡献。它也可以在实证主义难有重要建树的宏观研究层面上提供有效的路径。后实证主义的出现就是一个最典型的例子。面对反对者的批判，一些实证主义者开始逐渐改变自己的观点。他们认为规律是客观存在的，但其真实性却不能被穷尽——人永远不可能获得绝对真理。研究者可以通过严谨的科学方法对研究对象进行客观的解释，但这种客观的解释不是终极真理，只是真理的一个部分。应当说，后实证主义的出现，推动了实证主义研究的发展，它的务实的研究态度受到人文主义方法的很大影响。而人文主义的方法也越来越意识到自身在信度、精确性以及影响力方面存在的缺陷，所以在批判学派的后期思潮中，用定量方法来验证假设的学者越来越多。

时至今日，就主流而言，人文社会科学研究方法的二元结构已经不是二元对立，而是一种二重性结构。

科学主义和人文主义两种取向的融合，符合科学发展的规律。即使在自然科学中，人文主义方法也有其独特的作用，不能被完全排斥。比如直觉的方法在科学发现中就有着举足轻重的作用，对此，爱因斯坦指出，科学发现的道路首先是直觉的而不是逻辑的，“要通向这些定律，并没有逻辑的道路；只有通过那种以对经验的共鸣的理解为依据的直觉，才能得到这些定律”。在人文社会科学中，科学主义和人文主义的相互融合更是理论发展的重要动力。同时采取科学主义和人文主义两种不同的视角，保证了人文社会科学的包容性，保证了人文社会科学对研究对象的多层次透视和多元的理解。

三、复杂性科学的兴起与方法论的融合

本书第六章已经扼要阐释了复杂性科学作为一种新的科学研究范

[德] 爱因斯坦：《爱因斯坦文集（第一卷）》，102页，北京，商务印书馆，1977。

式的兴起。复杂性科学的研究已经在具体方法上有所突破，但至今仍然没有形成完善的方法论体系。尽管这种科学范式的方法论尚未完全形成，不过其基本主张已经非常明确。

复杂性科学完全同意人文主义方法论对人文社会科学研究对象的想法，即人文社会科学的研究对象是复杂的，具有偶然性的，难以精确测量与统计的；也采纳了人文主义的一些具体研究方法，比如随着复杂性科学的兴起，人们越来越重视用非线性的思维去理解复杂的和混沌的世界。非逻辑的、直觉的、发散的、有想像力的思维方式——这本是人文社会科学的一种不可或缺的重要研究方法。这种方法有助于在复杂的系统中发现新现象，寻找新规律。有学者指出：“复杂性科学是以还原论、经验论及‘纯科学’为基础的经典科学吸收系统论、理性论和人文精神而发展形成，以研究自然、社会的复杂性和复杂系统为核心的新科学。”这充分肯定了复杂性科学具有人文主义方法的成分。

但是复杂性科学却不同意人文主义方法论对解决这一困难提出的方案，它不满足于对复杂系统的描述和理解，而是主张用新工具如拓扑学、模糊数学等方式去测量和解释这种复杂性和突变性。从这一点上看，复杂性科学身上的科学主义色彩依然非常明显，那就是该科学观依然主张要寻求复杂事物背后深层次的机制、机理、法则、规律。

这样一来，在探索科学规律的道路上，复杂性科学使解释特殊性的人文主义方法和追求普适性的科学主义方法走到了一起，使之形成一种普里高津所说的“新的联盟”，或者钱学森所说的“综合集成”。它要求将定性判断与定量计算相结合，微观分析与宏观分析相结合，还原论与整体论相结合，科学推理与哲学思辨相结合。这种结合远比人本主义和科学主义方法论互补性的结合要来得更加紧密，这种结合终将使人本主义与科学主义结合成为一种新的方法论范式。

四、人本主义范式方法论的二重性

在传播学身上，科学主义与人文主义方法论从对立到融合的发展

轨迹也是非常明显的。传播学发端之时，正逢科学主义方法论开始统治美国社会科学界，因此传播学“天生”就是一门实证科学。然而，随着批判学派的出现，那种科学主义方法论一统天下的局面就被打破了。如第一章所述，由于将哲学思辨的方法引入了传播学研究中，批判学派建构了自己的批判主义范式。两种学派的对立的一个重要方面就是一种方法论的对立。又如第六章所述，20世纪六七十年代以来，在人文社会科学发展的整体背景中，两种学派出现了方法论意义上的融合：研究者开始习惯于用哲学思辨的方式提出假设，并学会了用理解和量化的方式来验证假设。传播学的方法已经出现了人文主义和科学主义的二重性特点。

这种二重性的特点对新人本主义传播学的研究至关重要。从一方面来看，人文主义取向的方法弥补了科学主义方法的局限性，使人本主义传播学的研究更具有理论深度，对人性的把握更加准确。今天，常见的人本主义方法主要是解释学、现象学的方法，符号学的方法、结构主义的方法、批判的方法等等，这些方法都是典型的“以人为本”，以人主体性为出发点的研究方法。这些具体的人文主义方法，对新人本主义范式的建构具有重要的借鉴意义。

对于传播学而言，解释学和现象学假定人的行为是一种有意义的活动，要将这种行为放到特定情境中加以考察，并阐释其意义，从而做到对人的内外行为的全面理解。这对于研究特定时代的“信息人”在传播活动中特定信息行为及其动机具有重要价值。

符号学的方法出自逻辑学和语言学。符号学的奠基者们把符号看作是人类行为的基础，他们认为，“人是符号的动物”。传播学者们把符号看作是传播的基础，因为符号是信息的载体。将符号学的概念和理论用之解释人的传播行为和传播游戏规则的研究，在人际传播过程和大众传播过程等领域取得了许多很有意思的成果。比如施拉姆的传播模式中编码与译码概念的使用，就受到符号学方法的影响。在不久的将来，符号学将在“信息人”本体研究、“传播对于‘信息人’发展的意义和价值”以及“‘信息人’如何使用信息传播活动来实现自我价值”等新人本主义传播领域研究做出新的贡献。

结构主义的方法则来自于语言学 and 人类学。早期的结构主义通过分析句子的结构来研究语言，这个方法后来被用之于研究神话和文学作品，最后又被用来研究人的心理结构。结构主义在内容分析、效果研究和受众研究上都被广泛应用。估计在未来，结构主义还将对“信息人”本体研究、“‘信息人’的心理特征对传播的影响”以及“人与传播及人与信息的关系”等课题做出自己的解读。

批判理论的方法有多个源头，主要来自于哲学。它始于康德，在马克思手中获得改造和极大的丰富，后来又得到法兰克福学派和政治经济学派的大力推进。传播学批判学派已经用这一方法做出了很多理论贡献，今后，它还将在“‘信息人’的社会特征对传播的影响”、“传播与人性的解放”等课题上继续一展身手。

另一方面需要强调的是，科学主义研究方法尤其是定量研究方法对于人本主义传播学的研究也是极富意义的，它有助于增加人的研究的精确性和现实性。也许人文主义的研究方法在形成某些重要的理论假设，解释人的差异，解释人的价值判断等问题上比较有效，然而，任何问题的提出、分析和解决，也都离不开科学主义方法的介入与运用。比如，科学主义的研究方法对某些人本主义的理论假设的证实和证伪有着不可替代的作用。正如本书第六章评析的那样，当前的人本主义研究在一定意义上就是因为过分强调人文主义方法而产生这样那样的缺陷，无法成长成为一种主流范式。

由此可以看出，走新人本主义范式道路，对“信息人”进行深入研究，就意味着既不能缺乏人文主义方法也不能缺少科学主义方法。因为“信息人”这个概念，既有形而上层面上的意义，也有经验层面的价值，既需要从哲学理论的高度去理解，又要从科学的角度去论证。如果说前者主要体现了范式的基本假定，为新人本主义研究奠定理论背景，而后者则主要表现为对这些假设进行科学主义的检验。传播学人本主义范式的研究方法必然是建立在二重性方法论基础之上的。它当然重视人文主义取向的研究方法，同时不但不会抛弃而且会充分运用科学主义取向的研究方法。它会为这两种方法论提供一个合作的平台。

当然，成熟的传播学新人本主义范式，必然在方法论的构建上更进一步——那就是密切追踪复杂性科学方法论的前沿，而不是仅仅满足于人文主义与科学主义两种取向研究方法的互补性结合。对于新人本主义研究范式而言，复杂性科学方法的进展就意味着传播学理论与方法的进展。可以预期，在传播学研究方法论层面上，将会出现一种超越传统的人文主义和科学主义的有机融合。

第二节 量与质的研究方法的融合

社会科学研究毕竟不同于哲学研究，社会科学主张研究对象是人們可以经验的对象而不是先验的存在，因此直接采用哲学思辨的具体方法不太合适，这也是批判学派一直不能成为传播研究主流的原因之一。因此，人文主义方法论在具体的操作层面更多地表现为质的研究方法。质的研究与第三章所述的量的研究方法正好是相对应的。20 世纪六七十年代，正是因为看到了量的研究方法的缺陷，后实证主义者才接受了质的研究方法。今天，质的方法在人文社会科学研究中扮演着越来越重要的角色，而且质的方法与量的方法相互融合，取得了很好的研究实效。量与质研究方法的融合，对于传播学新人本主义范式的多元方法论的初步成型并付诸实践，产生了重大影响。

一、质的研究界说

在西方，在量的研究兴起之前，质的研究曾是学科研究的主导性方法。随着实证主义观点的兴起，尤其是 20 世纪四五十年代前后，质的研究逐渐成为量的研究的补充性方法。它被认为是一种不精确的和非科学的方法，得不到多数研究者的认同。当年社会学家怀特用质的研究方法撰写了名著《街角社会》，但当该文在芝加哥大学社会学系通过博士论文答辩时，答辩委员会有学者认为怀特所用的方法不是科学的方法，拒绝让该文通过答辩。这样的事例在 20 世纪上半叶不胜枚举。进入 20 世纪 60 年代以后，科学主义的方法论均受到了怀疑，人们认为片面追求量的研究导致理论与实践脱节。在这种情况下，人们开始重视质的研究，在研究方法上出现了“质化”转向。今

天，质的研究已经为人文社会科学带来了丰富多彩的成果，成为推动人文社会科学发展的工具。

1. 质的研究的概念

所谓质的研究，是以研究者本人作为研究工具，在自然情境下采用多种资料收集方法对社会现象进行整体性探究，使用归纳法分析资料并形成理论，通过与研究对象互动对其行为和意义建构获得解释性理解的一种活动。它有五个主要的特点：（1）自然主义的探究传统，即研究是在自然的情境下对个人和组织的日常活动进行研究；（2）对意义的“解释性理解”，即研究者通过自身亲身体验，对被研究者的行为做出解释；（3）研究是一个演化发展的过程，即质的研究是一个动态的不断发展的过程；（4）使用归纳法，即研究者主要采用归纳法进行研究；（5）重视研究关系，即重视研究者与被研究者之间的关系。

在我国人文社会科学界，对质的研究的认识是比较混乱的，质的研究往往被包括在定性研究这个概念中。定性研究似乎并不被视作经验研究方法的一部分，而是一个与实证研究相对的广泛的概念。“‘定性研究’的所指似乎比较宽泛，几乎所有非定量的东西均可纳入‘定性’的范畴，如哲学思辨、个人见解、政策宣传和解释，甚至包括在定量研究之前对问题的界定以及之后对数据的分析。”一些研究者把质的研究和以下两种情况混为一谈：

一种情况是所谓的经验谈。这些研究描述了研究者在人文社会科学的实践领域所获得的某种经验。这些研究更多地描述了“是什么”，但没有描述“为什么”，因为这只是他们的心得体会，而缺少理论的支撑。

另一种情况是所谓的纯理论研究。这些论文通过逻辑推演的方式，表达了研究者对某社会事物的个人观点和感受，并没有系统的经

陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，12页，7～9页，北京，教育科学出版社，1999。

同上书，22页。

验材料作为论据。这与强调研究过程、研究情境的经验主义的质的研究也不是一回事，它不是一种科学的研究方法。纯理论论文的主要目的是研究相对于现象的事物的本质或本性，而经验主义定性研究由于受到现象学思想的影响，认为现象本身就是本质。因此，它们的方法有很大的区别。

在这里，我们需要区分质的研究与哲学思辨方法的不同。前者强调的是一种经验研究，着眼于微观经验现象如某一小群体并加以理解性解释；而后者既研究经验现象又研究超验现象，它着眼于宏观理论建构，通过逻辑推演，研究整个人类。因此，这两类方法有着本质的不同，它们之间的差别和它们与量的研究方法的差别几乎是一样大的。

由于在概念上的混乱不利于质的研究的深入开展，因此多年以来，我国在质的研究领域取得的成果并不多。许多被认为是质的研究的成果更多的是些经验总结。

2. 质的研究与量的研究的对比

由于方法论上的分歧，量的研究与质的研究存在着很大的差异。有学者对质的研究和量的研究作了一个对比，请看表 8-1。

表 8-1 质的研究与量的研究比较

	量的研究	质的研究
研究的目的：	分析变量间的因果关系	解释性理解
价值与事实：	分离	密不可分
研究的内容：	事实，原因，影响，变量	故事，事件，过程，意义，整体
研究的层面：	宏观	微观
研究的问题：	事先确定	在过程中产生
研究的设计：	结构性的，设定的，比较具体	灵活的，演变的，比较宽泛
研究的手段：	数字，计算，统计分析	语言，图像，描述分析

此表源于陈向明所著《质的研究方法与社会科学研究》一书，但根据本书的情况做了相应改动。

续表

	量的研究	质的研究
抽样方法：	随机抽样，样本较大	目的性抽样，样本较小
研究的情境：	控制性，暂时性，抽象	自然性，整体性，具体
收集资料的方法：	封闭式问卷，统计表，实验，结构性观察	开放式访谈，参与观察，实物分析
资料的特点：	量化的资料，可操作的变量，统计数据	描述性资料，实地笔记，当事人引言等
分析框架：	事先设定，加以验证	逐步形成
分析方式：	演绎法，量化分析，收集资料之后	归纳法，寻找概念和主题，贯穿全过程
研究结论：	概括性，普适性	独特性，地域性
理论类型：	抽象，概括，客观	观点，看法，描述为主
效度：	低	高
信度：	可以重复	不能重复
推广度：	可推广到抽样总体	认同推广，理论推广，积累推广
伦理问题：	不受重视	非常重视
研究者：	客观的权威	反思的自我，互动的个体
研究关系：	研究者独立于研究对象	密切接触，互动性
研究阶段：	分明，事先设定	演化，变化，重叠交叉

由上表可以看出，量的研究与质的研究确实有着很大不同。但是对于人文社会科学研究来说，质的研究和量的研究并没有优劣之分。量的研究确实具有相当的信度，比较精确，且适合进行社会的宏观研究；但质的研究在效度上又要胜过量的研究，在微观的个案研究中，质的研究一般都比较深入。“定量研究的结果在概括性、精确性上特征明显，定性研究则以其资料的丰富性、细致性和理解的深入性而与定量方法相对照、相补充。”

本书第三章已经批判了对量化的迷信，指出了量化研究的一些局限性。与量化不同的是，量化研究的短处恰恰就是质的研究的长处。质的研究能够适应一些情况比较复杂、有一定特殊性的研究对象。它

风笑天：《社会学研究方法》，13页，北京，中国人民大学出版社，2001。

的描述性方法比较适合人类社会复杂社会现象的研究。另外，由于它强调情境的自然，因此在研究过程中质的研究所描述的内容更接近于事物的本来面貌。当然，质的研究也有自己的局限性。定量研究的长处也恰恰就是定性研究的短处。这集中表现在三个方面：

其一是资料的收集。质的研究到目前为止没有什么特别有效的收集资料的方法。质的研究目前收集资料的最重要的方法无非有两个，一是无结构访谈，二是观察并描述。这两个方法获取资料的效率是很低的，用它们采集点上的材料是可行的，采集面上的材料就不行了。往往研究者费了很大的力气，到最后只能得到很少的一点材料，样本数极其有限，一般不具普适性。而且用这样的方法获取的资料主观性色彩较浓，不是特别可靠，研究者的主观感情往往会影响材料的客观性。

其二是误差较大。质的研究总存在着较大的误差。比如访谈法，由于被研究者的行为及心理动机十分复杂，在接受访谈时可能说的不是真话。又比如观察法，观察过程中，观察者往往会被表象所误导。如果说量化研究在实验等环节上可能产生误差的话，那么，有时轻信采访对象的告白和肤浅、错误的观察会导致大得多的误差。

三是质化的研究所得出的结论往往局限于一个人或一个组织上，个性很鲜明，但缺乏普适性的意义。而且这些研究成果多是一种描述性的成果，它有很大的模糊性，质化研究结论的精确性无法与数据结论相比。

有一些研究者用量的研究的优点去攻击质的研究的缺点，他们认为质的研究只能对问题进行初步的探索，而不能进行逻辑论证和科学检验；另一些研究者则用质的研究的优点去攻击量的研究的缺点，认为质的研究在哲学层面和伦理层面比量的研究更加优越。本书认为，这两种态度都是不科学的。量的研究方法和质的研究方法的使用都有一定前提，“无前提的批评也就等于要求一种方法无前提地适用于一

切范围、层次和角度，这不仅过于苛刻，而且实际上是不讲道理的。”人文社会科学应根据课题选择适当的研究方法。

但也有学者指出，其实质的研究和量的研究没有本质上的区别而只有程度上的差异。比如质的研究和量的研究都需要归纳和演绎两种方法，不存在量的研究主要依靠演绎、而质的研究主要依靠归纳的区别。又比如，是否采纳自然科学的模式也不是质的研究和量的研究的区别，二者只是在不同程度上采纳或拒绝了自然科学的模式。这些观点引发研究者思考这样一个问题，那就是量的研究方法与质的研究方法是否可以统一，在人文社会科学的领域中并肩作战。

二、质与量的研究方法的融合

从上文的一系列论述中可以看出，在人文社会科学的研究领域，量的研究与质的研究方法其特性通常互为补充。质的研究方法和量的研究方法与其说是相互对立的两种方法，不如说是一个统一体。它们之间连续性多于两分性。因此，早有学者提出量的研究方法与质的研究方法相结合的问题。但直到今天，对于这个问题，学界还是争执不下。多数研究者认为，量的研究方法和质的研究方法属于两个不同研究范式，因此，它们之间存在着多种差别。但也有学者认为，正是这种差别的存在，使量的研究和质的研究能够走到一起，为人文社会科学研究注入新鲜的活力。

1. 质与量的研究方法融合的可能性

反对两者融合的意见认为量的研究属于科学主义范式，而质的研究则属于人本主义范式，两者在本体论、认识论等层面有着较大的分歧。坚持其中的一种范式，就是排斥另一种范式。因此，质的研究方法与量的研究方法不能被整合在同一项研究中。否则，在具体研究中，不同范式的研究方法会导致研究成果各部分之间的不相容。

而支持两者融合的意见则认为范式的分歧并不一定等同于方法上的分歧。方法是为研究而服务的，方法与范式并不一定密不可分。既

景天魁主编：《现代社会科学基础（定性与定量）》，49页，北京，中国社会科学出版社，1994。

然量的研究和质的研究各具特点，那么就应当根据研究的实际情况判断是否可以结合以及如何结合。一种更为极端的观点认为，范式之间并不是泾渭分明的，也并不是水火不容的，用不同的范式审视研究对象，可以同时发挥各种范式的优势。正如赫根汉所比喻的那样：“研究对象就像是漆黑房间里一件不能直接触摸到的物体，研究范式则是从各个角度投向该物体的光束。光束越多，照射角度越不同，人们对该物体获得的信息就越多。”因此，如果多元化的研究方法可以更好地揭示事物的规律，那么质的研究和量的研究的结合是一件好事。

其实在实际研究中，质的研究方法 with 量的研究方法确实并不是那么泾渭分明的。比如在量的研究中常用的结构性访谈的方法，它与深度访谈的方法就没有质的差别。较为复杂的结构性访谈既能达到量的研究的目的，也能达到质的研究的目的。因此，目前这种方法得到了较为广泛的应用。

质的研究与量的研究的融合，主要有以下的两个优点：

质的研究和量的研究的融合，有利于同时在不同的层面上对某一课题进行研究。由于两种研究方法的融合，一个课题所涉及的宏观和微观、信度和效度、说明和理解、静态与动态等不同层面的内容都能得到研究，从而克服了每一种方法固有的局限性。如果一个课题有很多的子课题，那么这种质与量相融合的研究优势就变得更加明显。针对不同的子课题，可以采用不同的方法，使课题的研究更加灵活。

质的研究与量的研究的融合，也有利于相互检验。如果量的研究与质的研究得出的结论相容或相似，就说明研究的信度很高。如果不相容，则有利于研究者进一步去发现问题，解决问题。

当然，一味推崇两者的融合，也并不科学。因为，两种不同的研究观念毕竟会产生冲突。所以，在融合的过程中注意规避这些冲突是十分重要的。量的研究主张“价值无涉”，而质的研究主张“价值关联”；量的研究主张研究结果的可重复性，而质的研究则主张不可重

参见陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，471页，北京，教育科学出版社，1999。

复性。这些冲突在具体研究中肯定会体现出来。一个研究者如果在研究中把各种不同的甚至对立的标准掺杂在一起，认为什么方法有效就用什么方法，就会出现很多问题。其结果是研究成果既没有信度，也没有效度，成为一个“四不像”。这种危险是综合使用质的研究和量的研究时必须警惕的。另外，当研究者在研究时偏好一种方法，把一种方法的标准强加于另一种方法之上，这也会导致研究的失效。

2. 质与量的研究方法的结合方式

那么，在研究中如何结合质的研究方法与量的研究方法呢？一般说来有如下两大类形式：整体式结合与分解式结合。当然，这两大类形式还可以进行进一步的组合，形成更复杂的形态。

在整体式结合中，量的研究与质的研究是相对独立的两个部分。它们的结合主要有两种代表性的方式：顺序式结合与平行式结合。

顺序式结合，顾名思义，就是先整体使用一种方法，然后再整体使用另一种方法。通常的做法是“先作一个质的研究，使用归纳的手段发展出理论假设，然后再使用量的方法，通过演绎的手段对这些假设进行检验”。当然，这种顺序倒过来，先进行量的研究得出一个整体的结论，再通过对重要个体的深度访谈提供更多的理论解释，也是常见的方法。

平行式结合是指质的研究和量的研究同时使用，并相互检验，相互补充。这种方法目前较多地运用在市场调研的方法中。当一部分访员对客户进行问卷调查时，另一部分访员则对重点客户进行深度访谈。这种方法得到的研究结果是比较丰富的，但同时也可能因为两种方法得出的结论不相容而导致成果的相互矛盾。在这种情况下，通常需要在更概括的层面上整合研究的结果。

在分解式结合中，量的研究与质的研究不再独立整体运作，而是你中有我，我中有你，成为一种结合紧密的新的研究设计。这种分解式结合也有两种代表性的方式：整合式结合和内含式结合。

陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，479页，北京，教育科学出版社，1999。

整合式结合是一种很复杂的结合方式。不但在研究的过程中，质的研究方法与量的研究方法被交错安排，而且在研究问题的不同层面上，质的研究方法与量的研究方法也被交错安排。研究者的设计是五彩缤纷的，他们可以用质的研究方法进行资料的收集，用量的方法进行统计；也可以用量的研究方法进行资料收集，用质的研究方法进行质的分析。在分析宏观情况时使用量的统计，在分析个案时采用质的方法。整合式结合有可能让人看到，研究可以成为一种真正的方法之间的对话，这是人文社会科学研究梦寐以求的理想境界。但切忌不能用一种方法的标准去衡量另一种方法得出的结论是否科学。

内含式的结合指的是一种方法形成研究的整体框架，另一种则在这个框架中发挥作用。看上去这种研究方法既有些类似整体式的结合，也有些类似整合式的结合，但实际上这是一种在一个方法内部系统使用另一种方法的逻辑结合。当然，以质的研究为框架，以量的研究为手段，也同样是一种常见的内涵式的结合方法。

三、新人本主义范式中质与量的研究方法的统合

在传播研究的发轫期，传播学的鼻祖杜威、帕克等社会学芝加哥学派的大师们就主张采用质的经验研究方法进行社会与传播的研究。但是这种主张很快就被定量研究的大潮所吞没。20 世纪六七十年代，由于人文社会科学整个领域发生了向“质的研究”的转变，因此传播学的质的研究又再次抬头。人类学的实地研究方法、文献研究中定性的内容分析法和历史比较法再次被提到了一个重要的位置。观察、深度访谈、主题分析等定性研究经常采取的手段被广泛应用到传播学的研究中，用以理解个人行为的深层意义。

但是与其他学科不同的是，质的研究的使用在经典传播学的框架中处于一个比较尴尬的境地。因为，经典传播学研究的对象常常具有宏观的特点，而不是一个个的小群体。质的研究常常对传播者的研究有一定的说服力，但对受众研究往往就不具备说服力。因此，质的研究并没有在经典传播学研究中取得应有的地位。

但是质的研究对于传播学尤其是人本主义传播学来说还是有着独特的意义。传播学的量的研究方法固然在宏观研究时十分奏效，但它

通常只能描述传播的现象“是什么”，而不容易解释“为什么”。对于研究对象——受众的态度，量的研究可以一目了然，然而对于这种态度背后的潜台词的研究，却不是量的研究的专长。另外，有了质的研究的结论，通常对把握量的研究的方向也有好处。比如在“使用—满足”理论的研究中，先对个体进行访谈，了解了研究对象的多种媒介使用动机后再设计问卷进行定量调查，研究就会更加有效。因此，近年来，传播学的研究者们才真正认识到从方法论意义上来说，量化研究与质化研究有的时候是一种互补，只有将它们加以整合，各尽其用，才能使本学科的方法论做到真正有效。“质化研究方法学的应用与社会使用，正在不同的脉络中扩散开来。而且不会一直停留在‘质化转向’的兴起阶段，而是发展出新的诠释架构。在传播研究中，似乎出现一种综合量化与质化取向的研究实践。”可喜的是，目前几乎每一项传播学的研究，都少不了综合使用质的研究和量的研究，这样的研究方式变得十分普遍。

新人本主义传播学的研究就需要这种质与量的研究的统合，并认为这是刷新传统传播学研究的前提条件。对“信息人”的研究不仅要看他的态度，还要看他的深层动机和价值导向，前者过于表面化，常常使我们无法认识人的深层心理。质的研究方法在这个方面有自己的优势。

实地研究法是一种深入到研究对象的生活背景中，以观察和非结构访谈的方式收集材料，并通过对这些资料的定性分析对研究对象进行解释性理解的研究方法。这种方法强调通过观察和自由访谈等方式，深入体验研究对象所处的情境。实地研究的基本逻辑结构是：研究者在确定了所要研究的问题或现象后，不带任何假设进入到现象或对象的生活背景中，通过观察收集各种定性资料，然后做出分析和归纳，以此来解释社会现象的原因。实地研究对“信息人”传播行为深层动机的研究具有重要意义。

[美] Klaus B. Jensen & Nicholas W. Jankowski: 《大众传播研究方法——质化取向》，唐维敏译，80页，台北，台湾五南出版社，1996。

定性的文献研究法可以从现存文本的角度对历史进程中的动态的“信息人”进行深入的研究，也是新人本主义传播学不可或缺的研究方法。

但是在质的研究的同时，不能忘记量的研究的重要性。毕竟，当我们研究“信息人”的普遍特征时，量的研究是不可取代的。相信在质的研究的指引下，这一类量的研究将变得更加科学。需要特别指出的是，随着复杂性科学方法的不断发展，量的研究已经有了新的内涵，复杂性科学的数学方法已经被引入了人文社会科学尤其是传播学的量的研究。相信在不久的将来，随着数学的不断发展，传播学量的研究会取得突破性的进展。新人本主义范式也必将更加倚重这种复杂性的量化研究。

第三节 二次跨学科：学科一体化研究方法的出现

在本书导论与第一章，本书曾强调过，传播学本身就是跨学科研究的产物，传播学从其他学科受益颇多。“传播学从其他学科的学者们提出的理论观点中受益匪浅”，“它从历史较长的学科的研究中得到了重要的启迪”。跨学科的研究方法对传播学的发生与发展有着重要的意义。传播学之所以有今天的架构，与其他学科理论的无私帮助有非常密切的关系。由于试图为传播学的学科划定边界，经验主义传播研究范式在某些方面排斥了跨学科的理论与方法，导致传播学研究的理论在20世纪80年代以后失去了活力。近年来，越来越多的人注意到了这个问题，并开始推动传播学的二次跨学科研究的进程。这种做法符合传播学新人本主义范式多元方法论的要求。

一、跨学科研究的历史贡献

传播学的跨学科研究是在人文社会科学综合化发展趋向下的产物。在人文社会科学发展的早期，学科发展常常体现为一种分化导

[美] 迈克尔·E·罗洛夫：《人际传播社会交换论》，王江龙译，2页，上海，上海译文出版社，1997。

向，也就是各学科研究在本学科的话语体系中不断深入。这样做的结果是使各学科间的壁垒不断被加深，甚至出现了“隔行如隔山”的景象。这种情况历史上曾对人文社会科学的发展产生过积极的意义，但进入 20 世纪中后期，情况发生了变化。

20 世纪下半叶，随着世界全球化进程的加速，人文社会科学的研究对象日趋复杂，许多研究领域比如发展问题，已经不是一门学科一力所能承担的课题。这些课题往往呈现出多层次、多序列、多变动的样态，结构非常复杂。在这样的课题平台上，只有通过多学科的交叉和渗透，才能进行有效的研究。“50 年代起……人文社会科学的发展开始进入跨文化、跨国界、跨学科的‘整体联动’的阶段。”“（人文社会科学与自然科学）两大科学部类的各个学科孤立发展的情况已经开始改变，各种联系被逐步发现，出现了进一步把握科际联系，从而创造出一个综合性的‘大科学’体系的可能性。”

作为学科发展的两个重要路径，分化与综合都是不可或缺的。没有分化，就不可能有综合，而没有综合也就无法产生进一步的分化。在经历了 20 世纪的学科分化与综合后，跨学科研究成为人文社会科学领域最亮丽的风景线。“在当代世界范围内，科学研究正呈现出高度分化又高度综合的趋势。一方面，自然科学与社会科学冲破了传统的学科界限，以前所未有的生机和活力，交叉渗透、分化组合、携手联姻，繁衍成一系列新兴的边缘学科；另一方面，原有的各自独立的母体学科、主干学科除了以积极的姿态接纳、吸收、消化新的知识之外，其经典界限也正在日益淡化、模糊，朝着整体化、综合化、交叉化的方向发展，进而孕育出自有个性的子学科和分支学科。”既然，世界范围内学科发展的大潮如此，传播学也不会例外。

传播作为人类的一种重要生命活动，是一个各门学科都可以介入的研究领域。现代传播问题也属于非一门学科一力所能承担的课题。

丁柏铨、胡治华主编：《人文社会科学基础》，112～113 页，北京，首都师范大学出版社，1998。

转引自邵培仁：《传播学》，23 页，北京，高等教育出版社，2000。

几乎可以这样说：一方面，没有一门人文社会科学不能通过自己的视角对传播领域做出独到的研究；另一方面，传播的诸多问题本身就要多门学科的介入，对传播形成跨学科研究之势。在不同的国家，尽管具体的学科不尽相同，但传播学都是源自于一些相关学科。“从美国的大众传播学来说，原本的知识起点，在社会学、政治学、心理学、信息通讯学；从加拿大来说，传播学却先和政治经济学、人文地理学、经济文化史有不解之缘；从英国来说，传播学不仅是政治经济学的主题，也和文学批评、社会学、政治学关联；从德国来说，传播学是哲学现象学、解释学、符号学、社会学的派生物；从意大利来说，传播学是语言学、符号学的应用；从法国来说，传播学是解释学、符号学、社会思想和语言学的发展融合的结果。”

而且，传播学各学派的开山鼻祖们，如经验主义学派的四大奠基人、批判学派的开山学派——法兰克福学派以及技术主义范式的先驱伊尼斯，也都是从跨学科的角度提出了相应的传播理论。可以说，传播学的起点就建立在哲学、政治经济学、历史学和行为科学理论的基础上。对此，有学者认为，“大众传播是一个巨大产业为基础的文化，社会和个人行为现象，纵跨多门学科，横贯多个领域。其他学科的学者会因其研究兴趣和学科的内在逻辑而涉足这个‘十字路口’，为我们留下他们的观察与分析。”有学者因此将传播学定义为边缘学科。

进入20世纪六七十年代，随着施拉姆对传播学边界的划定，传播学走上了学科分化与专门化的道路。然而，这些年来的研究实践表明，即使是科班出身的传播学研究者，也必须从其他学科的理论和方法中汲取营养，否则其研究就不能引人瞩目。现有的传播学重要理论观点，几乎全系相关学科所赐。其中带有社会学色彩的理论有：二级传播理论、创新扩散理论、把关人理论、知识沟理论、受众差异论、

转引自吴予敏：《传播学知识论三题》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，81页，上海，复旦大学出版社，2002。

潘忠党：《总序》，见黄旦主编：《传播·文化·社会》丛书，4页，北京，华夏出版社，2003。

女权主义批判理论等等；带有社会心理学色彩的有：沉默的螺旋模式、认知理论、梅罗维茨的媒介理论、培养理论等等；带有心理学色彩的有：有限效果论；带有政治学色彩的有：报刊的四种理论、议程设置理论；带有人类学色彩的有：文化规范论；带有政治经济学色彩的有：伊尼斯的媒介理论、政治经济学派批判理论；带有哲学色彩的有：意识形态批判理论、文化工业理论、后现代传播批判理论等等。而现有传播学的主要研究方法，比如说调查研究法、实验法、文献研究法和实地研究法等实证主义的方法，又比如说解释学的方法、现象学的方法、结构主义与符号学的方法、哲学批判的方法、直觉的方法等人文主义的方法，也都是来自于社会学和哲学等学科。

相关学科的介入不仅仅为传播学的理论大厦添砖加瓦，而且也在传播学领域的周边建立了一系列的边缘学科，这些学科就像是围绕在中心城市周边的卫星城市一样，不断地延伸传播理论的视角，不断地为传播视域的扩张输送营养，使传播学这棵大树变得越来越枝繁叶茂。

从上述内容可以看出，没有人文社会科学的跨学科研究，就没有今天的传播学。

当然，在第一次跨学科研究中也伴有一些不愉快的杂音，导致第一次跨学科研究并没有进行到底。长期出现的经验主义与批判学派的二元对立，阻挠了跨学科研究在两个学派中的互动。经验主义的量化方法和实证主义研究本身就是跨学科研究带给传播学的厚礼，但从此以后，这种方法观却用自己日渐成熟的价值取向逐渐阻止其他学科如哲学以及非经验主义社会学的理论和方法介入经验主义传播学研究。哲学、语言学、非经验主义社会学等学科的理论和方法由批判学派带入了传播学的研究，但这些理论与方法引入以后，又排斥行为科学的理论和方法介入批判主义传播学研究。这样做的结果，最受伤害的无疑还是传播学本身。第一次跨学科的结果有积极的作用，也有负面效应。最明显的特征就是由于传播学缺少自己特有的轴心理论，多学科的理论在传播的领域无法得到整合，因而导致传播学无法划定自己的边界。“在长期的发展过程中，传播学在方法和领域的不断扩张，吸

纳百川，变得越来越不纯粹。甚至不惜以标新立异求特色，这样导致的一个结果是，学科的统一性和学术前提的合法性受到不容忽视的内在质疑，由于与其他学科之间纠缠不清，反而面临着传播学学科认同危机。”

二、二次跨学科的时代背景

进入 20 世纪 80 年代以来，传播学跨学科研究的进程一度似乎停滞下来。传播学家们更多的是思索如何划定传播学研究的边界，使传播学成为一门独立的学科。这种做法是错误的，他们忘记了传播学作为一门边缘学科的开放性特征，这种开放性“并不意味着它会丧失自己作为一门独立学科而存在的权利，因为不论怎样开放，它所研究的核心对象群和所运用的基本原理是不会轻易改变的”。开放性并不是问题的关键，问题的关键是传播学没有一个核心理论可以作为整合这些跨学科理论的线索，从而无法形成一种学科一体化的研究趋势，而只能停留在多学科割据的研究状态。关闭学科的界限只能意味着治标而不能治本，甚至还会带来很大的副作用。由于其他学科新的理论学养不能及时渗透到传播学领域，因此传播学的研究不再像 20 世纪六七十年代那样令人瞩目。传播学的许多新理论反而要到后现代哲学的只言片语中去找寻。后现代思想家们对传播问题的思索几乎成了这一时期传播学研究的唯一亮点。

面对信息时代提出的课题以及网络传播实践的冲击，传播学不得不进行范式改革，而这种范式改革的结果是使以往对立的研究范式出现了综合的趋势，这种趋势必然使传播学进入一个新的大规模的跨学科互动的时代，也就是二次跨学科的时代。正是看到了这一点，有些学者指出，“传播学要实现突破和转变，必须走学科交叉和融合的道路……信息时代的研究要打破过去的学科划分方式，需要一种融会贯

陶鹤山：《传播学的危机与重构》，见中国社会科学院新闻与传播研究所、江苏省广播电视总台、南京大学新闻传播学系合编，《全国第七次传播学研讨会论文集》，121 页，2002。

邵培仁：《传播学》，4 页，北京，高等教育出版社，2000。

通的研究，涉及的面很广，几乎涉及社会科学和信息科学的方方面面。”这种二次跨学科的努力，符合传播学学科发展的规律。“传播学不仅具有对象的开放性，而且具有知识与方法的开放性，即它糅合、包容、吸纳、内化了许多学科的相关知识，借用、移植、改造了不少传统的和最新的研究方法。因此，不论是传播活动还是传播研究，都要高度重视和合理利用外部条件。”

然而跨学科研究不能被简单地理解为引进各学科的理论与方法，它还要根据本学科的核心理论和内在逻辑去整合这些理论，对这些理论进行扬弃和改造，否则，第二次跨学科研究就将与第一次跨学科研究一样，把传播学研究变成一种多学科研究而不是针对传播问题进行一种学科一体化的研究。由于新人本主义“信息人”概念的提出，第二次跨学科研究可能避免重蹈覆辙。

“信息人”的内涵十分丰富和复杂，因此，任何一门学科都不可能一下完成对“信息人”概念的全面研究。因此，“信息人”研究必须在学科一体化的背景下进行。正如本书第三章的“探照灯”假说所论述的那样：每一个学科之于“信息人”，就好像每一盏探照灯之于大楼。每一盏探照灯只能照亮大楼的一个侧面或一个角落，但多盏探照灯的合力就能照亮整个大楼。这样一来，“信息人”的假说就为传播学与人文社会科学各学科以至自然科学相关学科架设了一座桥梁，增强了传播学对其他学科前沿成果的吸纳力。

从“信息人”这个侧面去研究人，并不仅仅是为传播学开辟了新的研究领域，提供了更多的跨学科研究的机会。它还为跨学科的理论建立了一种秩序，在这种秩序的规定下，各种理论错落有致地分布，并卓有成效地推进对传播课题的多层次、全方位的研究。这主要表现在以下几个方面：

研究“信息人”便于传播学从哲学层面上汲取营养，从而建立传播哲学的研究。经典传播学与哲学的联系是不能令人满意的，所以不

崔保国：《信息时代传播学研究的创造性转变》，见尹鸿、李彬主编《全球化与大众传媒——冲突·融合·互动》，180页，北京，清华大学出版社，2002。

同上书，180页。

少传播学的理论只能停留在操作层面上。“信息人”研究把哲学对于信息本体论的研究，符号的研究、时空观的研究、异化与主体性的研究以及人的全面解放的研究与传播学的研究结合起来。传播学因而有了必要的相对深厚的理论底蕴，并由此形成新人本主义理论的第一个层次。

研究“信息人”便于传播学与复杂性科学结合得更加紧密。“信息人”的假设就是从人的多元信息需求、偶然性的思想动机和复杂的梯级信息水平这三种复杂性的存在起步的，不借助现代复杂性科学的理论和方法，很难在定量研究上取得突破性进展。因此，“信息人”研究将有助于传播学迈入复杂性科学的领域，并对人类传播的复杂性做出更为准确的解释。

研究“信息人”便于传播学从其他人文社会科学中采撷有用的成果，丰富关于传播一般规律的研究，并形成相应的交叉学科。“信息人”研究能够把社会学对于社会分层的研究，心理学对于需求层次的研究，管理学对于“学习人”的研究，经济学关于制度的研究，历史学关于社会发展史的研究等等内容结合在一起，将传播学的诸多跨学科理论结合新人本主义范式的人性—制度互动研究、静态—动态互动研究，整理成一个体系化的知识系统，从而完成传播学学科建设的紧迫目标。“信息人”研究还能通过自身的需求，把以往的传播学交叉学科进行逐一的筛选，扶持有价值的交叉学科，淘汰无价值的交叉学科，从而形成一个有效和完整的大传播的学科体系。

第九章 中国传播学： 危机与出路



自 20 世纪 90 年代后期以来，传播学似乎成为中国人文社会科学中一个较为热门的学术领域，大量西方传播学的名著和近著被译入，本土学者撰写的专著和论文也不断问世。新媒体传播方面的研究则是重中之重，几乎每周都有这方面的专著、教材或者译著问世。传播学学科发展的速度确实非常快。一场“传播学热”正在悄然升温。有人乐观地认为传播学正在成为一门显学，在一些核心期刊论文的编者按中，这些观点随处可见。

然而本书认为，当前传播学繁荣的现象并不能掩盖中国传播学所面临的危机。与国外的传播学相比，中国的传播学更加缺乏系统性和创造性。中国传播学的危机和出路，更值得本国研究者深刻反思。

需要说明的是，单从本书研究的主题来看，中国传播学还没有有什么成型的研究范式和学派，更谈不上什么范式危机的问题，这一章的内容似乎走题了。但本书坚持认为，西方传播学的范式危机与范式革命对我国的传播学发展有着重要的借鉴意义，从中汲取营养，有利于我国传播学的学科发展。有学者指出，“在中国，传播学研究兴起不

久，学科建设也才起步，所以谈传播学危机表面上看似为时过早，也没有这个必要。但笔者近来发现，传播学学科已经出现较为严重的潜在危机的苗头”，“我们应该思索传播学为什么会发生这个危机，如何对传播学进行定位，同时在学科建设中应该如何吸取国外的经验教训，从而避免重复国外曾走过的一些弯路。” 本书非常认同这个观点。

第一节 中国传播学研究的历程

与世界其他国家相比，中国的传播学起步很晚。一般认为，传播学最早传入我国的时间是 1957 年，当时的复旦大学新闻系曾经在《新闻学译丛》中翻译过大众传播一词，并将之译为“群众思想交通”。20 世纪 60 年代时，中国人民大学的张隆栋先生还翻译了施拉姆等人写的《报刊的四种理论》，在当时引起很大的反响。但因为众所周知的原因，传播学的新芽在中国刚刚萌发就夭折了。“文革”结束后，新闻传播学领域全面复苏，“传播学作为人文科学的重要内容，也随着对外改革开放的实行进入中国”。真正标志着中国传播学起步的则 1982 年 11 月 23 日在北京召开的中国第一届传播学研讨会。从 1982 年至今的 20 多年中，传播学的研究队伍不断壮大，年轻学者迅速成长，译著、专著与论文层出不穷，中国的传播学不断发展并渐趋繁荣。

有学者把中国传播学的发展分成三个阶段，并分析了三个阶段的特点：“第一个阶段的贡献可以说在于‘面’上——使传播学研究得

陶鹤山：《传播学的危机与重构》，见中国社会科学院新闻与传播研究所，江苏省广播电视总台、南京大学新闻传播学系合编，《全国第七次传播学研讨会论文集》，121 页，2002。

参见戴元光、童兵、金冠军主编：《20 世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》，89~93 页，上海，复旦大学出版社，2001。

参见李启、吴廷俊、关颖超主编：《信息时代的传播学》，7 页，北京，新华出版社，2002。

以全面铺开，第二阶段的成就在于‘线’上——使传播学研究沿着系统化的线路伸展，而第三阶段的作为则在于‘点’上——针对各种现实问题或理论课题定点进行深钻细研。”本书基本同意这种时段划分，并把这三个阶段分别命名为起步阶段、发展与挫折阶段和繁荣阶段。

一、起步阶段

确切地说，中国传播学发展的起步阶段始于1978年，到20世纪80年代中期告一段落。1978年7月，复旦大学新闻系郑北渭教授在《外国新闻事业资料》上发表了《公共传播学的研究》和《美国资产阶级新闻学：公共传播学》，并从此拉开了中国传播学研究的大幕。当年9月，复旦大学新闻系就开始在高年级学生中开设传播学的讲座和选修课，该系还于当年10月邀请日本东京大学新闻研究所的内川芳美教授向学生作了题为《日本公共传播研究的历史与现状》的报告。1978年的热闹并未像1957年那样迅速消失，而是成为燎原之火，本土研究者介绍传播学的论文和论文集很快便不断问世，并且开始了关于受众的几次大规模实证调查。施拉姆的《传播学概论》和《传学概论——传媒、信息与人》、沃纳丁·赛福林、小詹姆斯·W·坦卡德的《传播学的起源、研究与应用》等书被很快译入我国。

1982年，是中国传播学发展史上具有里程碑意义的一年，在中国传播学发展的第一个历史阶段中，更是具有特别重要的意义。当年5月，在余也鲁教授的陪同下，蜚声世界的著名传播学家施拉姆先后到北京和上海，发表了题为“传播是人的基本行为”和“传播的基本要素”的系列演讲。当年11月，在中国社科院新闻研究所的倡议下，来自中国社科院、新闻社新闻研究所、复旦大学、中国人民大学、北京广播学院等多家国内研究机构 and 高校参加了会议。会议分两个阶段进行：“第一阶段座谈传播学产生的历史背景和社会条件，传播学研

李彬：《传播学研究及其中国化：谈传播学在中国的三个阶段、三个流派及三个面向》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，39页，上海，复旦大学出版社，2002。

究的对象、内容、基本理论和基本方法。第二阶段讨论我们应对传播学采取什么态度。”与会者的讨论十分积极，并对传播学的一些基础理论和基本方法进行了全面的梳理，达到了正本清源的目的。在会上，与会者们统一了对传播学的态度，认为要在充分和系统地了解西方传播理论的基础上，以马列主义为指针，批判地吸收其中的精华，对传播学进行深入研究，并结合中国的实际国情创建中国的传播学。这一精神当时被概括为“系统了解、分析研究、批判吸收、自主创造”的十六字方针。大部分专家认为，传播学有如下方面值得借鉴：（1）传播学在研究的对象、理论、方法上开阔了新闻学的学术视野；（2）西方传播学的理论有助于解决新闻学理论中长期解决不了的问题；（3）传播学的定性与定量的研究方法值得借鉴。正是因为第一届传播学研讨会取得了上述的重要成果，因此，现在大多数学者倾向于把它看作是中国传播学起步的标志。

在起步阶段的尾声——1985年6月，召开了一次较为重要的传播学研讨会，这次会议为中国传播学研究的起步阶段画上了圆满的句号。在复旦大学新闻系、文化与传播研究中心的组织下，各地的传播学者，包括两位国外的传播学研究者在上海对于传播学的学科建设展开了深入的讨论。在会上，人们广泛地讨论了传播学的学科范围以及传播学与其他人文社会科学的关系，对中国传播学研究的未来提出了许多设想，这为中国传播学研究步入第二阶段打下了良好的基础。当然，这一时期的传播学发展也有一些不和谐的音符，传播学多次被批判为“要害是否定阶级斗争”的一门学科。这些批判使传播学的发展时断时续。

二、发展与挫折阶段

中国传播学的发展与挫折阶段始于1986年的第二次全国传播学研讨会，结束于1990年初。在由中国社科院新闻研究所和中国人民

参见戴元光、童兵、金冠军主编：《20世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》，95页，上海，复旦大学出版社，2001。

同上书，96页。

大学新闻系共同主办的第二届全国传播学研讨会上，学者们总结了四年来中国传播学研究所取得的成果，认为“结合中国实际引进和研究传播学乃是理论工作者必须遵循的基本原则，今后研究工作的方向应是努力建立中国式传播学理论体系”。

根据会议的这一精神，从1986年起，本土研究者关于传播学的论著和教材开始问世，一批以中国的传播现象为对象的重要论文在《新闻学刊》上发表，全国范围内关于媒体受众的传播学大型实证研究得到广泛开展。传播学的发展势头良好。到1989年，本土学者在传播学领域发表的论文和出版的专著不下百余种。对于西方的传播学，中国学者有了更深入的认识，人们开始意识到西方传播学还存在着不同的学派，批判学派的观点第一次进入中国传播学研究者的视域。

从这一段时间的研究来看，本土学者们倾向于将西方传播学的理论与方法与中国的新闻实践进一步紧密地结合起来，并试图创立有中国特色的新闻传播理论。然而由于“左”的思潮的始终存在，这一时期的传播学研究也受到了前所未有的挫折。传播学良好的发展势头在20世纪80年代末中断了。“在传播学引进之初，有人将传播学完全视为西方（资产阶级）学科的态度十分鲜明。而且往往由于意识形态的不同而导致不少人对其持彻底的否定态度，这种情况可以说一直延续到90年代初。”这种批判和否定的态度到“六·四”风波时达到了高潮。当然，从历史的角度来看，任何发展都不可能是一帆风顺的，传播学的发展有反复，有曲折，这是非常正常的。当然，这种批判和否定直到今天依然对传播学的发展有着这样那样的负面影响，使我国学者对于西方传播基础理论的研究充满了顾虑，这种负面作用也是不可忽视的。

参见戴元光、童兵、金冠军主编：《20世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》，109页，上海，复旦大学出版社，2001。

廖圣清：《关于中国传播学发展问题的思考》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，95页，上海，复旦大学出版社，2002。

“六·四”风波以后，部分人对西方传播学的引进和传播学在“六·四”风波中的作用提出了批评。从1989年到1992年，中国传播学的研究陷入了低谷。在此期间，传播学良好的发展势头戛然而止。“报刊上正面论述传播学的文章不见了，有的仅是众多的批判传播学的文章……一些学校的传播课程被取消了，硕士研究生停招了，学术研讨会销声匿迹了。”黄旦等学者的一项研究表明，从大陆主要新闻学期刊发表的传播学论文的数量来看，1981年至1996年间，形成了两个高峰时期，即1985～1988年，1993～1996年，而1989年至1992年则为低谷时期。

三、繁荣阶段

幸而，挫折是短暂的。“所幸传播学研究的历程，总的说来是顺利的，至于一些波折，为时比较短暂，并且均已成为过去。”1993年，全国第三届传播学研讨会在厦门大学召开，尽管与会的代表人数还不如七年前的黄山会议，但它毕竟标志着中国传播学研究步入一个新时期。这次会议为传播学研究的解冻做出了巨大的贡献。在会议的诸多讨论结果中，学者们肯定了应继续加强引进西方传播理论的态度，这对传播学研究的深化和繁荣具有重要的意义。

此次会议之后，传播学研究领域发生了重要的变化，并导致了传播学研究的繁荣：从学术研讨方面来看，自第三届传播学研讨会以后，每隔两年都会举行一次传播学研讨会，至今传播学研讨会已经举行到第八届——2004年10月的北京会议；从学术交流方面来看，大陆学术界与香港台湾的传播学者以及国外的传播学者有了越来越多的交往，国际学术研讨会频繁召开，海峡两岸传播学的对话也十分频繁；从学科建设的角度来看，1997年新闻传播学正式被国务院学位委员会列为一级学科，传播学也因此成为二级学科，下设传播学的博

徐耀魁：《中国传播学研究之我见》，见《传播学文萃》编委会编：《传播学论文选萃》，152页，南京，南京师范大学出版社，2000。

廖圣清：《关于中国传播学发展问题的思考》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，96页，上海，复旦大学出版社，2002。

张隆栋：《大众传播学总论》，5页，北京，中国人民大学出版社，1993。

士点和硕士点，这不仅使传播学的学科地位得到确认，而且有力地推动了传播学学术人才的培养；在学术研究方面，传播学的论著和译著大量出版，令人目不暇接，其内容几乎遍及传播学研究的各个领域，人际传播、组织传播等以前无人问津的领域，也出版了一定数量的专著；对于西方传播理论的介绍，无论是从数量还是从深度，都比以前有了明显的进步，较高质量的传播学论文层出不穷。更重要的是，一些全国性的传播学研究基地正在形成，来自不同学校和学科背景的研究者因此可以在研究基地的平台上，对传播学进行细致深入的研究。

随着具有博士硕士学位的传播学专门人才的不断涌现以及一批传播学海归学子的加入，传播学的研究队伍不断壮大，并出现了研究队伍年轻化的趋势。青年学人尤其是海归学子青出于蓝而胜于蓝，他们的视野更为开阔，知识结构较为合理，在理论和方法上都更加讲究规范，理论功底也相当深厚。他们的研究使人们对中国传播学发展的未来充满信心。“新一代大陆的传播研究力量正在成长，他们不像前辈传播学者般有太多的学术坎坷，心态上也更加积极、自信。”

反思中国传播学的发展，应当承认国人对传播学的研究已经迈出了重要的一步，取得不少令人瞩目的成绩。面对这些成绩，面对几十部译著和教材，就有了许多不合适的评论，有人认为，在中国传播学已经发展成为了一门显学。然而，正如本书将在下文论述的那样，中国的传播学研究其实潜伏着许多危机。几个重要的指标，比如有重大影响的著作、对其他学科产生的影响等等，似乎都不容乐观。正是因为如此，在中国的人文社会科学一级学科中，传播学的学科地位依然是比较低的。

夏禹龙在《世纪之交的社会科学》一书中用特定量化标准为中国20门人文社会科学一级学科作了排序，得出了如下结论：在社会科学理论结构的现状排序中，传播学排第18位；在社会科学学科结构的现状排序中，传播学列第15位；在社会科学经验结构的现状排序

金兼斌：《传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示》，载北京，《新闻与传播研究》，1999（2）。

中，传播学列第16位；综合排序列第17位。应当说，夏禹龙的标准是有一定道理的，也较为客观地描述了现阶段传播学的学科地位。当时，他预计到2000年以后传播学在中国人文社会科学的总体排序定格为第16位。对于传播学学科地位的认识，应该通过回顾与前瞻，确立双重视域：一是考察在特定时代下，该学科内涵的拓展，看它在所属学科部类中的实力如何，理论发展的前景怎样；二是考察在大科学体系中该学科的吸纳力及影响力的大小，看它对社会、对其他学科的发展有多大影响。从目前的状况来看，夏先生的研究与实际情况并没有太大的出入。

有人评价说，中国的传播学“目前仍处于摸索、探路的阶段”。金兼斌更是指出：“如果我们应用有关学术‘中心’和‘边陲’的概念，大陆的传播学研究可称为‘边陲中的边陲’”。尽管这些评价听起来很不中听，但它们是比较客观的。从这个意义上讲，当前中国的传播学离显学还有相当的差距。

第二节 中国传播学研究的危机

如上文所述，在中国传播学繁荣表象的背后，隐藏着危机。在这些危机的笼罩下，中国的传播学不但谈不上是什么显学，而且其理论价值和存在价值都受到怀疑。中国传播学研究的危机，最明显的表征有三个方面：其一是学科理论本身缺乏原创性，常常跟着西方的研究亦步亦趋；其二是缺乏应有的理论积累；其三是对其他学科的影响十分有限。这三者其实是紧密关联，互为因果的。

一、学科理论缺乏原创性

仔细研究一下中国的传播学研究，不难发现，属于中国学者独到

胡翼青：《传播学学科地位的再认识》，载南京，《南京大学学报》，2000（5）。

邵培仁：《传播学》，22页，北京，高等教育出版社，2000。

金兼斌：《传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示》，载北京，《新闻与传播研究》，1999（2）。

发现的理论很少。相反，很多理论研究的成果早在多年前就已经被他国学者反复阐述。这种情况突出地表现在以下两个方面：

其一是，在近年来出版的大量的传播学著作中，译著的比例相当高，而中国学者撰写的专著却相当有限。在译著中，二三十年前的理论著作居多，时差在十年以上的相当正常，而同步译著较少，而且这些译著的水平参差不齐，有的译著对传播学理论的积累没有什么重大的意义。在中国学者的理论著作中，介绍西方传播学理论的居多，而解决传播学课题的又相对较偏少，研究的对象通常不是传播学亟须解决的问题，而只是对前人理论的总结和概述。一言以蔽之，就是说明文多，论述文少。正如陈力丹所说：“现在我们关于传播学的研究，总体上还停留在引进、介绍的层次，缺乏原创性，发表的文章和申报的课题，内容重复率较高。”“目前研究中有一种较为普遍的现象，即将国外传播学的某个模式或理论简单搬过来，而对于该模式或理论提出的背景和适用范围了解不多，缺乏考察。”

其二是，在中国学者的传播学专著中，总论、概论、通论类的最多。从1988年《传播学原理与应用》问世开始，十五年来，先后有几十本概论性质的传播学教材和专著问世。若要按比例来算，这种情况在国内人文社会科学各学科中恐怕是最高的。这些教材和专著多以“五W”模式为框架，对传播者、传播的内容、传媒、受众和传播效果等传播的诸多要素进行一般性的论述。这些概论对于传播学的普及有着积极的意义，而且其中不乏令人耳目一新的独到见解，然而总体上显然缺乏理论的深度和学术的意义，突破性的理论成果非常罕见。从中体现出的是中国传播学者的急功近利。正如郭镇之所说：“在中国，静心从事这方面（大众传播理论）研究的人极少，这一领域相对落后。”

在戴元光撰写的《20世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》中，

陈力丹：《关于传播研究的一些想法》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，39页，上海，复旦大学出版社，2002。

郭镇之：《北美传播研究》，前言，2页，北京，北京广播学院出版社，1997。

除去以上两方面的译著和专著以外，几乎就没有再可论述的内容。由此可以看出，中国传播学的研究缺乏创新，几乎没有什么值得骄傲的理论突破。可以这么说，二十年来，在传播学的领域，有影响的作品并不多。与西方传播学大师们的学术名著相比，由中国学者自己撰写的，真正能被称之为传播学力作的专著不多，几乎没有什么值得夸耀的成果。与国外的传播学一样，我们的传播学目前也处于踏步不前的状态。在跟着美国经验主义亦步亦趋了一段时间后，批判主义成为目前传播学研究的一个热点。可是，不管站在哪一个范式的立场上，中国的传播学者似乎总是习惯于介绍别人和注解别人，而不是独立思考。缺乏探索和创新，当然不可能有什么理论创新。

当然，本书在这里强调的不是我们不要引进译著，不要出版介绍西方传播学知识的教材，这些东西我们今天依然很匮乏，需要更多地出版。本书只是想指出，我们没有理由为传播学出版物的大量涌现而感到高兴，因为这些出版物没有太多的理论创新。

有学者指出，在缺乏理论创新的背后，有三个主要的原因：一是学者们还没有完成从人文学科向社会学科的逐步靠拢乃至自我转轨的学术修养；二是在方法论及具体研究方法上还没有完全改变以往思辨型的纯定性分析方法，转为有相当难度的实验型的定量分析和定性分析相结合的方法；三是还没有做好科学研究的前期准备工作，包括前述各门社会学科和交叉学科的学习与思考，对大量新闻传播活动的深入调查与分析等。这一批判性的分析是十分中肯的。

二、缺乏应有的理论积累

西方的传播学研究之所以能形成今天三足鼎立的范式格局，就是因为半个多世纪以来的理论积累。二十年来，中国的传播学研究缺乏理论创新，更谈不上涌现出什么学派，开创了什么独创性的范式，这主要是因为欠缺理论积累。这种理论积累的欠缺表现在很多方面：

比如学术规范的欠缺，许多研究成果缺欠必要的学术规范，导致

参见吴文虎：《对中国大陆传播学研究的思考》，见《传播学文萃》编委会编：《传播学论文选萃》，355～356页，南京，南京师范大学出版社，2000。

不能被国际学术界所认可。又比如研究背景的欠缺，今天我国仍有许多传播研究者在不知道西方传播学已经研究了哪些内容或者正在研究哪些内容的情况下，不断地去重复他人已经做过的研究，得出相似的结论。像网络的使用满足研究，网络的议程设置研究，而且在做了这些无用功后，我们还乐此不疲，沾沾自喜；再比如资料的短缺，在进行学术研究时，国外的学者往往可以获得许多前人的研究资料。像国外学者写传播思想史时，关于拉斯韦尔的专论可能就有几十本，但我国学者在写这类著作时就显得“一穷二白”。还比如我国学者虽然翻译了不少传播著作进来，然而仔细一想，虽然绝对数量不小，但平均到不同的专题就显得数量不大；教材不少但专著不多。到目前为止，我们都很少能看到几本传播学思想史、传播效果研究等方面的理论译作，对传播学者的专门著作更是少得可怜。这对传播学研究的深入显然是不利的。

本土的传播学理论与经验数据方面的资料积累就更少。以经验主义范式为例。中国到目前为止也没有出现以经验主义为范式为主的传播学研究流派，原因是缺乏这方面的积累。经验主义的研究要求有一批研究者通过不断努力通过经验和理论的积累，从微观理论上升为中观理论，直到形成宏观理论。经验主义的方法常常是传播学科学研究的基础。“我国传统的人文学术的定性分析需要保持，但是科学研究的量化方法，即定量研究（实证分析）更需加强。经验总结成不了科学。要使传播学真正成为一门客观的证实和证伪的科学，而不是主观色彩浓郁的人文描述。”

然而，实证研究在中国是非常欠缺的。虽然早在1982年，陈崇山等研究者就在北京进行过大规模的受众调查，但从目前的情况来看，缺乏实证研究依然是中国传播学发展的瓶颈。研究者在统计了1990～2001年的新闻传播类核心期刊《新闻与传播研究》、《现代传播》和《新闻大学》等三份杂志后，发现12年来，关于传播学实证

胡正荣：《传播学总论》，324页，北京，北京广播学院出版社，1997。

研究的总共只有 80 项。具体情况如表 9-1 所示：

表 9-1

年份 范畴	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	总计 (篇)	百分比 (%)
控制分析	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	3	0	5	6.3
媒介分析	0	1	0	0	0	0	1	2	3	0	4	4	15	18.8
内容分析	0	0	2	2	1	3	1	4	2	2	7	2	26	32.5
受众分析	2	1	4	1	3	2	2	2	2	2	0	0	20	25
效果分析	0	3	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	7	8.7
传播环境分析	0	0	0	0	0	1	1	1	3	1	0	0	7	8.7

另外，实证研究的质量也令人担忧，这主要表现在两个方面：一是学术的规范方面，由于抽样缺乏科学性，统计分析缺乏专业性和准确性，研究充斥着商业性，使很多实证研究成果缺乏应有的价值。与 1982 年北京的受众调查相比，今天的许多实证研究在技术上还达不到当年的水平。“在众多的研究成果中，大部分仅仅停留在人类学和社会学的最初的层次上，就是只有描述性研究，部分地回答了‘什么’，没有回答‘为什么’和‘怎么’。至于有影响的具有开创性的新发现几乎没有，基本上停留在方法操练或对策咨询的层次，这种研究虽非毫无是处，但对于提高传播学研究的水平，难以助益。”最值得声讨的是，有许多研究者没有抱着实事求是的态度，为了达到自己的研究目的，对数据进行了修改，导致研究完全失去意义。二是研究的主题方面，专题研究不但量少，而且范围较为狭窄。从目前的情况来看，在为数不多的专题研究专著中，学者们多集中于对传媒和受众心理的研究，对传播的功能、方法、效果、内容以及传播控制等方面的专题研究成果则相对较少，有自身创见的研究更是罕见。

陈昆玉、江宇：《我国传播学实证研究的进步与不足——对二十世纪九十年代以来传播学实证性研究报告的统计分析》，载乌鲁木齐，《当代传播》，2002（4）。

转引自戴元光、童兵、金冠军主编：《20 世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》，256 页，上海，复旦大学出版社，2001。

相对而言，如果说实证研究的理论和素材积累比较缺乏，那么批判主义和技术主义范式方面的本土理论研究几乎可以说是略胜于无。几本相关的参考书全是对西方理论的介绍，而且并不完善。传播学思想史和传播学科学研究方面的书就更是凤毛麟角，对西方传播思想和中国传播思想的系统梳理不够充分，“使我们既不能知彼，也难以知己”。至于传播的跨学科研究，几乎依然处于一个萌芽状态，一些挂着《传播社会学》和《传播心理学》标题的著作，并没有把传播学与其他学科的理论研究真正地融合起来。

这种基本的积累性工作都做不好，当然就不用奢谈什么传播学范式的建构。范式的成型是一门学科成其为成熟学科的标志，没有研究范式或者是研究流派，说明这个学科还处于起步阶段。“我国的传播学未能从我国的传播业中提炼出一整套可供研究的理论范式，源自于自我根基的学术话语寥寥无几。”也就是说，二十年过去了，中国的传播学至今仍然属于起步阶段。在中国进行传播学研究的学者有不少既涉足实证主义，又涉足批判主义，兴趣广泛的还对技术主义也有研究。从一方面来看，这种跨范式的研究使研究者视野开阔；但从另一方面来看，这也分散了研究者的精力，使他们对每一流派的理论与方法都不够精深，导致其研究理论与方法经常缺乏应有的规范。我们缺乏的是这样一批学者：他们坚定地镇守在某一理论范式或某一学派的领域内，有着良好的学术规范，扎实地进行一些最基本的研究。“大众传播研究主要有两大类研究方法，一种是实证性的研究，传统上以大众传播的效果研究为代表；一种是思辨性的研究，当前以对媒介符号的文化批判为主体。它们都与中国传统的以及现在仍然时兴的感想式的、文学性的议论大相径庭……在这一方面，中国的新闻和传播学界还有很长的路要走。”

戴元光、童兵、金冠军主编：《20世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》，255页，上海，复旦大学出版社，2001。

胡正荣：《传播学总论》，324页，北京，北京广播学院出版社，1997。

郭镇之：《北美传播研究》，254页，北京，北京广播学院出版社，1997。

在这个方面有一个突出的例子，那就是在中国的传播学界很少有学者讨论或者反思传播学面临的范式危机，其中的原因是多方面的，但根本的原因是中国的学者还未触及传播学研究的阈限。这再次证明了中国的传播学几乎没有学派和范式，更谈不上不同研究范式之间的争鸣与对话。传播学者很少从跨学科的角度对传播学进行研究，更不要说是学科一体化的研究了。如果说西方传播学只是没有系统的中心理论，不是一门成熟和完备的科学，那么当前中国传播学的现状是几乎没有研究的主流范式，也无法解决面临的问题，只能跟着西方的传播学亦步亦趋。

由此可以看出，目前传播学的繁荣只是一种表面的繁荣，它终会走向落寞。中国的传播学若要做到真正的繁荣，成为显学，研究者们首先要学会耐得住寂寞，做一些踏踏实实的理论积累工作。

三、对其他学科的理论影响甚微

判断一门学科能否成为显学的另一个重要指标是，该学科创新性的理论与方法是否能对其他学科产生深刻的影响。无论从理论还是从方法的角度来看，传播学的学术影响在中国社会科学诸多学科中显得相当有限。这也在一个方面表现出中国传播学的研究危机。

西方传播学的理论发展对人文社会科学的其他学科尤其是行为科学各学科产生了深远的影响。具体地说主要有两点，一是传播学为人文社会科学方法的成型做出了重要的贡献；二是传播学的研究为其他人文社会科学如哲学、美学、社会学、心理学等提供了新的研究视角。

传播学的萌芽时期，正是行为科学实证研究方法日臻完善之时。当时，社会科学的工具制造者拉扎斯菲尔德、霍夫兰等人在传播领域的实证研究，为社会科学的实证研究方法提供了堪称经典的个案，推动了调查研究、实验研究和文献研究等社会科学研究的具體方法的进展。最明显的例证就是，在伊里调查之后，抽样方法得到了更多的改进，科学的概率抽样方法被广泛地运用。传播学的研究还创造了许多以后在人文社会科学研究中被广泛运用的具体方法，比如在质的研究中一种重要的方法——焦点小组座谈会法，就是拉扎斯菲尔德在哥伦比

亚大学广播研究所研究传播现象时与著名社会学家默顿共同发明的。

传播学的理论研究为人文社会科学其他学科提供了新的研究视角和理论支持。以社会学和心理学为例，当今社会，大众传媒已经渗透到人类生活的每一个角落。作为研究人类社会生活的社会学，不能无视传媒的社会影响。在研究传媒对公众产生的社会影响这一话题下，尽管社会学从本身的视角做出了许多独到的研究，但它也同样大量借鉴了传播学的研究成果。传播社会学在传播学的帮助下，取得了令人瞩目的进展。同样，以个人心理活动为研究对象的心理学，也面临着信息时代的新课题。传媒的影响给个人心理活动增添了新内容，同样也为心理学的研究增加了新的话语空间。借助传播学的研究，心理学已经在受众心理影响方面取得了突破性的进展。在批判学派的研究成果中，传播学的研究已经对哲学、社会学、美学、文化学的一系列研究产生了积极的推动作用，它们极大丰富了这些学科的理论。比如，大众文化能够成为美学的一个重要研究内容并形成一系列的理论，恐怕与批判学派的文化工业与大众文化研究不无关系。

传播理论对这些学科影响的必然产物就是：传播学在它与其他学科的边缘领域开辟出了大量的边缘学科。传播学与人文科学联姻，出现了传播哲学、传播美学、传播伦理学、宗教传播学、文艺传播学等边缘学科；与社会科学联姻，出现了传播社会学、传播心理学、传播法学、传播经济学、政治传播学、传播人类学、教育传播学、艺术传播学等边缘学科。这些新兴的边缘学科在解决实际问题时有着独特的优势，取得了丰硕的成果。

在实践领域，传播学尤其是经验主义的行政研究对社会现实产生了较大的影响。不仅是媒体和信息产业，传播学家在政治、经济、文化等各个领域都有发言权。美国的一些国家政策就是根据传播学研究的结果制定的，传播学家们的实验与结论甚至对美国军方都产生了积极的影响。

西方的传播学靠独特的方法与理论赢得了人文社会科学其他学科的尊重，然而，在本土化的过程完成之前，中国的传播学不能享有这种盛誉。由于到目前为止我国的传播学依然处在缺乏系统研究和深入

研究的阶段，依然处于介绍与翻译的阶段，因此其理论对其他学科与社会现实的影响十分有限。

在传播学进入中国的二十年时间，我们也看到传播学积极向其他学科渗透的努力，传播社会学、传播心理学、艺术传播学等领域也时有学者涉猎，然而这些成果并没有对其他学科产生什么太大的影响。相反，在社会学、美学、文化学等学科的学者论及传媒时，倒是时常能让中国的传播学者得到启发。关于这一点中国的传播学家们都很清楚，因此，在几乎所有传播学通论或者总论的教材和专著中，都没有学者专门论述传播学对于人文社会科学各学科贡献的章节。究其原因，是因为中国的传播学研究没有多少独特的理论和方法甚至是经验资料可供其他学科借鉴。同样，传播学对社会的贡献方面也不如社会科学其他学科如经济学、政治学、法学和社会学那么显著，甚至对传媒的影响也较为有限，传媒实践与传播理论脱节的现象十分严重。

在二十年间，在传播学领域也涌现了一批使圈内学人十分景仰的中国学者，他们成果颇丰，笔耕不辍。然而，在新闻传播圈外，他们的影响就显得十分有限。他们的论著很少被其他相关学科的研究者所引用，而他们自己的论著中则大量引用哲学家、社会学家、政治学家的理论观点。他们对社会的影响也不大，他们的理论较少有人提及或者将其付诸实施。笔者并不反对传播学对其他学科的借鉴，但只借鉴别人，而自己的研究成果别人却觉得没有必要借鉴，这在一个方面很好地折射出传播学微弱的影响力。

不止一次有人问笔者，作为一个介绍性的，缺乏理论创新和规范性的，对其他学科影响甚微的学科，中国传播学研究的存在有什么价值，对社会有什么意义？每当面对这个问题，就觉得很难作答，一种对中国传播学未来发展的危机感就会涌上心头。面对这个令人难堪的问题，在中国传播学的研究中，却很少有研究者反省当前中国传播学的困难在何处，未来走向是什么，自己的研究对于解释传播规律有什么意义。“新闻传播学成为一级学科固然可喜，然而，关于这一级学科，尤其是传播学科自身的发展、研究重点和规划，划清传播学科和其他学科的界线等等，却不见有深入思考。中国的传播学科从哪里来

到哪里去，是一个必须要不断研究的课题，否则研究就成为没有方向的乱碰乱撞。”如果面对这种状况还认为传播学在中国已经成为显学，显然是不合适的。

第三节 关于传播学本土化的讨论

中国传播学的危机并非传播学学科范式所造成的。如上文所述，中国的传播学还并没有在真正意义上直面学科的范式危机，我们面临的危机归根到底是传播学本土化的危机。传播学的本土化是20世纪80年代中后期以来中国传播学的一个热门话题，几乎每一届传播学研讨会都会讨论这个问题。关于这个议题，讨论的第一个热点问题就是“传播学本土化”的提法是否成立。

一、关于传播学本土化的不同理解

有学者并不同意本土化的说法。陈力丹就指出，对于“传播学本土化”的口号要慎重。“某学就是某学，一定要某国的什么学，其实很难成学。我们不能说中国的物理学或中国的化学，为什么一定得有中国的传播学？”徐耀魁也指出，传播学本土化“把研究人类社会信息交流活动规律的科学仅仅局限于一个民族，一个国家，一个地区，这未免有些片面，有些狭隘。如果各国、各地区都将传播学‘本土化’，那么可以设想，传播学还能成为一个独立的学科吗？”另外，有一些学者认为，传播学本土化的提法和做法不合适。“以独立独行相标举的本土化，本质上也许恰恰显示出西方话语的支配性”，“从本土化的实绩看，传统文化似乎不像被‘弘扬’，而倒像被拉到‘国际’博览会上被拍卖，一切都得按‘接轨’的标准办理，结果就

戴元光、童兵、金冠军主编：《20世纪中国新闻学与传播学·传播学卷》，256页，上海，复旦大学出版社，2001。

陈力丹：《关于传播研究的一些想法》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，42页，上海，复旦大学出版社，2002。

徐耀魁：《中国传播学研究之我见》，见《传播学文萃》编委会编：《传播学论文选萃》，157页，南京，南京师范大学出版社，2000。

跟金发碧眼的西方女子穿一袭旗袍，让人总感到有种说不出的不伦不类。” 后者的观点相当激进，但不幸的是，目前中国的传播学本土化研究实践确实被形容得入木三分。

对于这些观点，赞同本土化说法的孙旭培是这么阐述的：“我们不能搞出中国物理学、中国数学。但是人文科学稍有不同，它们除了遵循人类社会（无论东方社会、西方社会）的共同规律以外，还有一些是对某些国家与社会的特殊规律的总结，所以对‘中国哲学’、‘中国伦理学’这类说法，我们丝毫不会感到奇怪。”

如果从更细致的角度来划分，传播学是一门社会科学而不是一门人文科学，这是孙教授在传播学学科定位上的一个失误。我们似乎没有听说心理学分中国心理学和美国心理学，人类学分中国人类学或者美国人类学，人口学分中国人口学和美国人口学，自然也不能说传播学分中国传播学和美国传播学。社会科学发端于西方国家，其理论与方法甚至逻辑规则均来自西方，离开了这些理论和方法，中国学者在这些方面的研究可能寸步难行。这些学科在中国的发展与哲学、文学等人文科学完全不同。正是在这个逻辑上的缺陷，使孙教授主持的传播学本土化研究出现了一些值得商榷的地方。

第一个值得商榷的就是传播学本土化的概念问题。孙教授指出，传播学本土化的目的是“通过研究中国的传播历史和现状，为传播学的丰富和发展做出贡献，使传播学不至于只是‘西方传播学’”，传播学本土化就是“通过大量挖掘中国文化（包括传统文化和现代文化）中间关于传播方面的财富，促进传播学的发展，最终创造出集东西方文化精华之大成的传播学”。这个概念的内涵是值得进一步探讨的，有许多细节性的问题依然不清晰。中国人用中国特有的传播学理论和方法对世界的传播现象进行传播学研究，这是传播学的本土化吗？西方人用西方的传播学理论与方法对中国的传播现象进行研究，这是传播学的本土化吗？孙教授恐怕无法做出令人满意的回答。在《华夏传

转引自孙旭培主编：《华夏传播论》，序言3～4页，北京，人民出版社，1997。
同上书，序言2～3页。

播论》一书中，孙旭培详细论述了他对传播学本土化的理解。他的研究起点源自施拉姆所说的一段话：“我们在西方文化背景中学习科学研究方法与理论的人，看见中国长青的文化，和她悠久的传的艺术传统，总免不了会肃然起敬。我们常想，中国人那种深邃的智慧与洞达，要是有一天能用来帮助西方人了解自己的工艺智识，增进我们在实验方面的体会，该是多么好的事。许多人已注意到现代中国人在传的学问上认识的深刻与精到，不但反映了悠久的历史传统，且常能推陈出新。”继而，孙教授又引用澳洲学者奥斯本的观点——“对于一个没有特殊传播理论的国家来说，一个最有效、有力的开端是认真研究本国的传播史，尤其是本国传播政策形成的过程，从中发掘本国传播的目的、目标和原则。”——来说明传播学本土化的努力应当从古代中国传播史开始。

因此，《华夏传播论》就从中华民族的洞穴文化开始，用西方的传播学术语，论述了中国传统文化中的传播现象和中国特有的一些传播现象。无独有偶，在一本名为《信息时代的传播学》的论著中，传播学本土化的研究甚至回到了“说文解字”。在这种研究思路的感召下，如今传播学本土化的努力主要集中于挖掘祖先们的传播史，诸如唐代的新闻传播、明代的新闻传播。这些研究有没有意义，可以肯定地说，很有意义，尤其是对于中国的传播史研究来说。但是，传播学研究不仅仅是传播史研究，传播史研究可能是传播学本土化的一个方向，但不是最重要的方向。这些研究对中国当前的传播理论的建构有多大的意义，这很难讲。而且由于这种研究被尴尬地设定在西方传播学理论与中国古典文献的两重话语体系下，显得确实有些“不伦不类”。需要强调的是，这不是研究者水平不高，其实，在当前中国传播学研究的背景下，能做到这样已经相当不容易，这些研究者都可以说是中国新闻传播学或者是文史学科的尖子学者。这只能说明一个问题，那就是这种研究的思路存在问题。

本段三处引文均引自孙旭培主编：《华夏传播论》，序言3~4页，正文3页，北京，人民出版社，1997。

传播学研究的是“信息人”，尤其是在当前历史条件下的“信息人”，这是传播学理论建构的基础。具有历史特性和民族特性的“信息人”确实有研究的价值，但这种研究是为更好地解释当前所有人的信息接受行为的规律而服务的。如果把传播学本土化就理解为中国古代的传播现象的研究，或者中国人特有的传播现象的研究，而无视中国人作为人在信息行为上与其他国家的信息人的相似性，那么中国的传播学研究必将成为考古学或民俗史学。也正因为如此，《华夏传播论》在民俗学和考古学上的意义远胜于它在传播学上的意义，这明显把传播学本土化的研究带入了误区。对于这一具有民粹主义观点的看法，我并不赞同，这不是一种科学研究的态度。

陈力丹还批评了对本土化的另一种理解。这种观点把传播学的本土化理解为“理论联系实际”，把传播学简单地等同于宣传学，偏重舆论引导的研究，而忽略其他重要的传播问题。“这种说法用在强调党的政治、政策理论与实际的结合，是适宜的；但是学术研究要是也这样来理解，那不是学术。”理论当然要联系实际，关键是如何联系，抱着什么目的去联系。传播学理论运用的情境与中国新闻传播业面临的现实情境相差较远。作为一种社会科学理论，传播学研究的是科学假设下的现实，因此不能直接用以解释和干涉中国的新闻实践。如果硬是为了某种功利主义的目的去生搬硬套，就会犯错误。从这个意义上讲，陈力丹的这种批评意见很有道理。

在我看来，所谓传播学的本土化，最直白的理解，就是中国学者植根于中国的传播实践，建立有中国特色的传播学研究范式，对世界传播学的理论创新做出自己的贡献，而不是总是把别人的东西拿来照抄照搬。这种贡献并不是在某一个或几个专题上的贡献，而是一种从理论到方法的体系性的贡献。至于他采用的方法是不是中国独创的传播学方法，或者面对的问题是不是本国独有的传播现象，这并不重要。传播学本土化实现的那一天，也就是中国传播学走向世界，成为

陈力丹：《关于传播研究的一些想法》，见张国良、黄芝晓主编：《中国传播学：反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集》，42页，上海，复旦大学出版社，2002。

重要力量的那一天。

如果对传播学本土化没有正确的认识，如我们所列举的两种错误认识一样，就会对传播学的研究产生负面影响。不少学者在这些错误的指挥棒下，或是一头扎入经典古籍，或是借用西方的概念随便包装中国的传播现象。有学者指出，我国传播学研究目前已经处于一个僵化和断裂的状况。“僵化意味着缺少创新与探索，停滞不前，封闭，平庸和冷漠；断裂造成了可资借鉴的原料不完整，研究对象出现大量空白点”。导致这一结果的根本原因就是传播学本土化的目标认识不清，结果中国传播学在一片对“显学”的赞美声中，真正步入了发展的危机。

二、对中国传播学未来定位的认识

中国的传播学只要生存，就必须发展，就必须本土化，这是不以人的意志为转移的。而且这种发展绝不能漫无目的，或者发展方向完全错误，否则我们会与传播学的原生国家——美国以及欧洲各国在传播学领域形成越来越大的“数字鸿沟”。不仅如此，在一级学科的学科排行榜上，传播学的学科地位还将进一步滑落。

中国传播学的未来方位必须建立在传播学本土化实现的基础上。而传播学的本土化研究，不是西方传播理论的中国应用，也不是去中国传统文化的故纸堆里求证——当然这个工作也应该有人去做——而是首先继续进行扎实的理论积累。

我同意被主流观点驳斥的一位学者的观点，他说，“在‘尚未完整地引入传播学学理的时期’，‘没有对传播学原原本本的了解’，就去谈‘本土化’，乃是个‘情绪性的提法’”。确实，在不了解别人研究工作的进展情况，中国学者凭什么来进行传播学的本土化？中国的传播学还是抱着一种做学生的心态，在认真学习西方传播学理论的

陶鹤山：《传播学的危机与重构》，见中国社会科学院新闻与传播研究所、江苏省广播电视总台、南京大学新闻传播学系合编，《全国第七次传播学研讨会论文集》，122页，2002。

转引自孙旭培主编：《华夏传播论》，序言3页，北京，人民出版社，1997。

基础上，获得理论创新所必要的知识储备和学术规范。这些东西都是目前我们还极其欠缺的。“就大陆当前的传播学研究言，也许最需要的是提倡对学术典范的尊重，而不是片面强调‘中国特色’”。

目前的积累应从三个方面入手：首先，进一步地梳理西方传播学理论各流派各范式的理论与方法，使西方传播理论的结构图更加明晰，使学者们在进行相关研究时，能够有足够多的参考资料和研究手段可以选择；其次，在西方传播学理论和方法的指引下，立足于中国的实践和现实对传播学提出的新命题，如中外传播制度、跨文化传播现象、网络传播与网络文化、传媒与社会发展等等，集中优势兵力，大规模开展传播学的理论研究；最后，鼓励从各学科学者从不同学科的视角入手，参与传播学的研究，改变目前只有新闻学单一学科的学者开拓传播学的状况，形成一定规模的跨学科研究，形成一批传播学的边缘学科，加快传播学研究的进程。以上的积累工作可能不一定做到理论创新，但有助于我们真正认识传播学及其学科发展的规律。

积累的过程也是一个理论深化和理论创新的过程，它将有助于传播学本土化走上正确的轨道。陈力丹指出，中国传播学理论的深化目前至少有两个方面的工作可以做：“第一，深化研究人家能够得出这论那论、这模式那模式的方法和视角……第二，侧重研究已经被西方传播学界的多数承认的各种假设，何种程度上能运用到我国的环境中。”如果真是从这个角度进行传播的本土化研究，起码在当前，确实可以在传播理论研究上有所收获，也确实可以得到理论创新观点。

当然，仅仅跟在西方国家后面，进行理论和资料的积累是不够的。在西方的传播学已经步入范式危机的痛苦时刻，中国的传播学才刚刚发轫，其先天不足是毋庸置疑的。若要求中国的传播学在一两代

金兼斌：《传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示》，载北京，《新闻与传播研究》，1999（2）。

陈力丹：《深化新闻学与传播学的研究》，见南京大学新闻系主编：《“新闻传播理论创新”学术研讨会论文集》，5页，2003。

学人的手中迅速崛起，在经验主义范式或者批判主义范式等方面达到与西方并肩的理论水平，显然是不现实的，同时也是不必要的。如果我们依然遵循西方学人半个多世纪走过的道路去重新开始，那么我们将长期与西方保持五十年以上的差距，也一样会走西方学者曾经走过的弯路。这样一来，中国传播学的本土化工程就永无出头之日。

因此，我们必须在一方面加大积累的情况下，分析西方传播学发展的未来前景，并据此为中国的传播学学科发展进行科学的规划，争取觅得快速发展的良机，不要再迷失于被证明是错误的研究方向。这就要求中国的传播学根据目前的实际情况，形成较为先进的研究范式，并在这个范式的规范中寻求理论创新。“社会在不断发展，新的问题层出不穷，‘传播研究理应调整焦点，与时俱进’。大陆传播研究要想以目前‘边陲中的边陲’之处境，走出一条成功的学术发展之路，一方面要强调对学术典范的尊重；另一方面，也不可‘定于一尊’，片面强调某种研究典范。也许，归根到底，研究问题的性质，角度以及当时具体的研究环境和条件，才是决定研究典范选择的根本考量因素。”

正如前文所述，西方传播学正面临着一个十字路口。以往的几种代表性研究范式都遇到了危机。在信息社会来临的时候，西方传播学正酝酿着传播范式的革命，新人本主义范式正在显示出它的解释力。因此，在进行理论积累的同时，中国的传播学应当通过深入思考，选准发展的方向，转换传播学研究的母题，拓展传播学研究的视野，在复杂性科学方法的运用上有所突破，选择新人本主义范式自我建构，并在这个范式上取得突破，争取与西方同步进入传播学范式革命的时代，从而与西方的传播学研究站在一条起跑线上，为世界的传播学研究做出重要贡献。

目前的环境，对于中国传播学提早步入新人本主义范式的研究，是比较理想的，这主要体现在两个方面：一方面，从政治环境的角度

金兼斌：《传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示》，载北京，《新闻与传播研究》1999（2）。

来看，民本和人本的思想正在逐渐成为政治发展的主旋律，而人本主义传播学的研究恰恰迎合了这种发展趋势。而中国的学术思想也能够为传播学的新人本主义范式提供有力的支持。在中国学术传统中，人本思想向来是十分丰富的，中国哲学中的多数思想，都体现了以人为本的精神内涵。另一方面，中国在步入信息社会的进程中，进展很快，随着20世纪90年代中期“科教兴国”战略的提出，我国社会的信息化进程正处于一个高速发展的时期。而且，在中国的社会环境中，由于发展不均衡，信息爆炸和信息匮乏两种极端的现象都明显存在，各种“信息人”都存在，为人本主义传播学的研究提供了丰富的案例和新课题。身处这样一个环境中的传播学研究者不但能在信息传播的实践中感受到建立新人本主义范式的可行性和必要性，而且也能在精神层面感受到新人本主义范式建立的迫切性。

建立新的研究范式与基础理论的积累，这是一对相辅相成的手段，对于中国传播学的本土化及其美好的未来来说，缺一不可。如上所述，离开了新范式的建立，光有对传播学理论的积累，中国的传播学无法实现突破性的理论进展；而离开了传播学理论积累，我们的范式建设就会误入歧途。原因是，新人本主义范式除了强调人性、人本之外，还强调不同既有范式的理论整合，强调多元方法的综合运用。新人本主义范式是一个建立在众多传播学理论肩膀上的研究范式。如果忽视了这一点，就会扼杀人本主义传播学的生命。

正是因为如此，中国的传播学发展是举步维艰的，是充满危险的，这种艰险要求中国的传播学人从“显学”的陶醉中冷静下来，为中国传播学的未来，踏实地求索。

后 记



在本科时就对传播学特别感兴趣。在学传播思想史时，发现自20世纪80年代以来，传播学里程碑式的突破性进展似乎显得很少，而传统传播学理论所不能解释的传播现象在不断增多——尽管这种观点有许多人并不同意。顺着这一点往下思考，就形成了本书的文本。

本书主要是一项提出问题而不是解决问题的研究。书中提及的关于传播学未来发展的若干问题，到目前还没有令人满意的答案。即使这样，我在写作的过程中依然感到很有收获，思考和写作这些没有答案的问题使我每日都沉浸在快乐中。我希望这些问题能够引发更多学者的思考，从而对传播学的理论建设起到一定的促进作用。

我应当把这本书献给我的父亲，因为从选题开始，他就一直给我投赞成票。在他的鼓励下，七八年来我漫游于人文社会科学多个学科群，参与人文社会科学基础理论的探讨和前沿动态的追踪，使我有可能是从各种不同的认识通道反身打量传播学，自然而然地产生了一拨又一拨新的问题，新的设想。不知这本小册子是否符合他的期待，希望他能喜欢。

我也应当把这本书献给我的恩师丁柏铨教授。这本书的框架来源

于两篇论文——我的本科毕业论文和硕士学位论文，而这两篇论文都是丁老师指导的。在百忙之中，丁老师抽空反复阅读我的论文，并提出了许多宝贵意见，使我的研究得以不断进步。成书之后，丁老师又为本书撰写了序言，他对本书的修改所作的指点，切中肯綮。

在读博期间，在导师周晓虹教授的指导下，我又得以较为集中地从社会心理学的视角重新审视了本项研究，受益匪浅。周老师要求我尽可能多读书，这一教诲对本书的写作有很大帮助。

一并想感谢的还有我的老师杜骏飞教授和陈力丹教授，他们曾经阅读过部分书稿，并给予我许多建议和鼓励，对本书的建构起了重要的作用。

这本书的某些研究思路来源于跟我进行毕业论文写作的南大新闻传播学院的学生，其中吴海云对传播隐性功能的论述、殷慧娴所做的网络的“使用—满足理论”研究、仇宁翔所做的网络“沉默螺旋现象”的研究等一系列的论文都给了我很多的启发，在此深表感谢。

最后要感谢的是帮助我实现梦想的首都师范大学出版社和首师大的杨鸿霄老师（杨鸿霄是我参与编著的《人文社会科学基础》一书的责任编辑）。当我于2003年年底带着选题找她时，得到了她的热忱支持。

硕士毕业以后，我一直梦想将这项研究变成著作。梦想成真，必须付出代价。时间总是不够用，我几乎完全成为被计算机异化的人。其他的代价都可忽略不计，唯有一件事总是心存歉疚。由于住宿条件的简陋，我的电脑不得不放在卧室的床边，有一段时间每天凌晨我都在妻子的头顶敲击键盘，使她根本无法入眠。望着并无怨言的妻子，我好几次都想过放下手中的研究，先为在南京谋一处栖身之地而奋斗。然而过不了多久，一旦沉入研究和写作，这种想法就被一种思考的快乐所取代。

这一切已经暂时成为过去，然而我知道，这种苦中作乐的生活也许会陪伴一生。

胡翼青于南京大学南园

2004年8月30日

主要参考文献



A

1. [美] 阿尔温·托夫勒·权力的转移·刘江, 陈方明, 张毅军, 赵子健译·北京: 中共中央党校出版社, 1990
2. [法] 埃德加·莫兰·复杂思想: 自觉的科学·陈一壮译·北京: 北京大学出版社, 2001
3. [加] 埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙·麦克卢汉精粹·何道宽译·南京: 南京大学出版社, 2001
4. [美] 埃尔·巴比·社会研究方法基础·邱泽奇译·北京: 华夏出版社, 2002

B

5. 鲍宗豪主编·网络与当代社会文化·上海: 上海三联书店, 2001
6. [美] 保罗·莱文森·数字麦克卢汉: 信息化新纪元指南·何道宽译·北京: 社会科学文献出版社, 2001

7. [美] 保罗·利文森. 软边缘: 信息革命的历史与未来. 熊澄宇等译. 北京: 清华大学出版社, 2002

8. [美] 彼得斯. 交流的无奈——传播思想史. 何道宽译. 北京: 华夏出版社, 2003

9. [美] 彼得·圣吉. 第五项修炼——学习型组织的艺术与实务. 郭进隆译. 上海: 上海三联书店, 1998

10. [法] 波德里亚. 消费社会. 刘成富, 全志钢译. 南京: 南京大学出版社, 2000

C

11. [美] C·赖特·米尔斯. 社会学的想像力. 陈强, 张永强译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2001

12. 常昌富, 李依清编选. 大众传播学: 影响研究范式. 北京: 中国社会科学出版社, 2000

13. 陈崇山, 孙三五. 媒介·人·现代化. 北京: 中国社会科学出版社, 1997

14. 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究. 北京: 教育科学出版社, 1999

15. 陈昆玉, 江宇. 我国传播学实证研究的进步与不足——对二十世纪九十年代以来传播学实证性研究报告的统计分析. 乌鲁木齐: 当代传播, 2002 (4)

16. 陈卫星. 传播的观念. 北京: 人民出版社, 2004

17. 陈晓律. 战后发展理论研究. 成都: 四川人民出版社, 1995

18. 《传播学文萃》编委会编. 传播学论文选萃. 南京: 南京师范大学出版社, 2000

19. 崔保国. 信息社会的理论与模式. 北京: 高等教育出版社, 1999

D

20. [美] Daniel J. Czitrom. 美国大众传播思潮: 从摩斯到麦克

卢汉·陈世敏译·台北：台湾远流事业股份有限公司，1994

21. [美] 丹尼尔·贝尔·后工业化社会的来临·高铧，王宏周，魏张铃译·北京：新华出版社，1998

22. [英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔·大众传播模式论·祝建华，武伟译·上海：上海译文出版社，1997

23. [美] 丹·席勒·数字资本主义·杨立平译·南昌：江西人民出版社，2001

24. 戴元光，童兵，金冠军主编·20世纪中国新闻学与传播学·传播学卷·上海：复旦大学出版社，2001

25. 丁柏铨，胡治华·人文社会科学基础·北京：首都师范大学出版社，1998

26. 杜骏飞·网络新闻学·北京：中国广播电视出版社，2001

27. 杜骏飞主编·网络传播概论·福州：福建人民出版社，2003

28. [美] 杜加克斯，赖茨曼·八十年代社会心理学·矫佩民，高佳，吴克译·北京：生活·读书·新知三联书店，1988

29. [美] 杜·舒尔茨·现代心理学史·沈德灿等译·北京：人民教育出版社，1981

E

30. [美] E·E·丹尼斯，D·M·吉尔默编·大众传播的恒久话题·滕淑芬译·台北：台湾远流出版公司，1994

31. [美] E·M·罗杰斯·传播学史——一种传记式的方法·殷晓蓉译·上海：上海译文出版社，2002

32. [德] 恩斯特·卡西尔·人论·甘阳译·上海：上海译文出版社，1985

33. Eolliot King: 是否需要重新定义——关于网上媒介的交互性·北京，国际新闻界，1999（4）

34. E·S·奥弗曼·当代社会科学的特性·两种不同的观点·北京：国外社会科学，1990（1）

35. [美] Everett M·Rogers·创新的扩散（第四版）·辛欣译·

北京：中央编译出版社，2002

F

36. 风笑天. 社会学研究方法. 北京：中国人民大学出版社，2001

37. [奥] 冯·哈耶克. 哈耶克论文集. 邓正来译. 北京：首都经济贸易大学出版社，2001

G

38. 郭庆光. 传播学教程. 北京：中国人民大学出版社，1999

39. 郭镇之. 北美传播研究. 北京：北京广播学院出版社，1997

H

40. [美] 哈罗德·D·拉斯韦尔. 世界大战中的宣传技巧. 张浩，田青译. 北京：中国人民大学出版社，2003

41. [加] 哈罗德·伊尼斯. 传播的偏向. 何道宽译. 北京：中国人民大学出版社，2003

42. [加] 哈罗德·伊尼斯. 帝国与传播. 何道宽译. 北京：中国人民大学出版社，2003

43. [美] 海森堡. 物理学与哲学. 范岱年译. 北京：商务印书馆，1981

44. [美] 汉诺·哈特. 范式转变：大众传播研究话语中心的消解. 刘燕南，钱芹如译. 北京：国际新闻界，2002（3）

45. 胡正荣. 传播学总论. 北京：北京广播学院出版社，1997

46. [美] 华勒斯坦等. 开放社会科学：重建社会科学报告书. 刘锋译. 北京：三联书店，1997

J

47. [美] J·赫伯特·阿特休尔. 权力的媒介. 黄煜，裘志康译. 北京：华夏出版社，1989

48. [美] 加德纳·墨菲, 约瑟夫·柯瓦奇. 近代心理学历史导引. 林方, 王景和译. 北京: 商务印书馆, 1980

49. 金兼斌. 传播研究典范及其对我国当前传播研究的启示. 北京: 新闻与传播研究, 1999 (2)

50. 景天魁主编. 现代社会科学基础 (定性与定量). 北京: 中国社会科学出版社, 1994

51. 贾春增. 外国社会学史 (修订本). 北京: 中国人民大学出版社, 2000

K

52. [英] 凯蒂·索帕. 人道主义与反人道主义. 廖申白, 杨清荣译. 北京: 华夏出版社, 1999

53. [法] 孔德. 论实证精神. 黄建华译. 北京: 商务印书馆, 1996

54. [美] Klaus B. Jensen & Nicholas W. Jankowski. 大众传播研究方法——质化取向. 唐维敏译. 台北: 台湾五南出版社, 1996

L

55. 李彬. 传播学引论 (增补版). 北京: 新华出版社, 2003

56. 李金铨. 大众传播理论——社会·媒介·人. 台北: 台湾三民书局, 1982

57. 李良荣. 西方新闻事业概论. 上海: 复旦大学出版社, 1997

58. 李良荣, 林晖, 谢静. 当代西方新闻媒体. 上海: 复旦大学出版社, 2003

59. 李苓编著. 传播学. 理论与实务. 成都: 四川人民出版社, 2002

60. 李启, 吴廷俊, 关颖超主编. 信息时代的传播学. 北京: 新华出版社, 2002

61. 刘大椿. 科学活动论互补方法论. 桂林: 广西师范大学出版社, 2002

62. 陆扬, 王毅. 大众文化与传媒. 上海: 上海三联书店, 2000
63. [美] 罗杰·菲德勒. 媒介形态变化: 认识新媒介. 明安香译. 北京: 华夏出版社, 2000
- M
64. [美] 玛格丽特·波洛玛. 当代社会学理论. 孙立平译. 北京: 华夏出版社, 1989
65. [美] 马克·波斯特. 信息方式. 范静哗译. 北京: 商务印书馆, 2000
66. [美] 马克·波斯特. 第二媒介时代. 范静哗译. 南京: 南京大学出版社, 2001
67. [德] 马克斯·霍克海默、批判理论. 李小兵等译. 重庆: 重庆出版社, 1989
68. [德] 马克斯·霍克海默, 特奥多·阿多诺. 启蒙辩证法. 洪佩玉, 蔺月峰译. 重庆: 重庆出版社, 1990
69. [美] 迈克·德托罗斯. 资讯新时代. 罗耀宗译. 台北: 台湾时报文化出版企业股份有限公司, 1997
70. [美] 迈克尔·E·罗洛夫. 人际传播社会交换论. 王江龙译. 上海: 上海译文出版社, 1997
71. [美] 迈克尔·辛格尔特里. 大众传播研究. 现代方法与应用. 刘燕南等译. 北京: 华夏出版社, 2000
72. [加] 麦克卢汉. 理解媒介. 何道宽译. 北京: 商务印书馆, 2000
73. [美] 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起. 夏铸久等译. 北京: 社会科学文献出版社, 2001
74. [美] 梅尔文·德弗勒等. 大众传播学诸论. 杜力平译. 北京: 新华出版社, 1990
75. [美] 米歇尔·沃尔德罗普. 复杂: 诞生于秩序与混沌边缘的科学. 陈玲译. 北京: 三联书店, 1997
76. 明安香主编. 信息高速公路与大众传播. 北京: 华夏出版

社，1999

N

77. 南京大学新闻系主编. “新闻传播理论创新”学术研讨会论文集, 2003

O

78. [美] 欧文·拉兹洛. 决定命运的选择. 李吟波译. 北京: 三联书店, 1997

P

79. 潘知常, 林玮主编. 传媒批判理论. 北京: 新华出版社, 2003

80. 彭兰. 网络新闻学——原理与应用. 北京: 新华出版社, 2003

Q

81. [美] 乔纳森·特纳. 社会学理论的结构. 邱泽奇等译. 北京: 华夏出版社, 2001

82. [美] 乔治·H·米德. 心灵、自我与社会. 赵月瑟译. 上海: 上海译文出版社, 1992

R

83. [美] R·E·帕克, E·N·伯吉斯, R·D·麦肯齐. 城市社会学. 宋俊岭, 吴建华, 王登斌译. 北京: 华夏出版社, 1987

84. [英] R·H·罗宾斯. 简明语言学史 (第四版). 许德宝等译, 北京: 中国社会科学出版社, 1997

85. [瑞士] 让·皮亚杰. 人文科学认识论. 郑文彬译. 北京: 中央编译出版社, 1999

S

86. [美] Shearon A. Lowery & Melvinl. De Fleur: 传播研究里程碑. 王嵩音译. 台北: 台湾远流事业股份有限公司, 1998
87. 邵培仁. 传播学. 北京: 高等教育出版社, 2000
88. 石艳红. 21 世纪的网上新闻工作者. 福州: 传媒天地, 1999 (2)
89. 宋林飞. 现代社会学. 上海: 上海人民出版社, 1993
90. [美] 斯蒂文·小约翰. 传播理论 (第五版). 陈德民等译. 北京: 中国社会科学出版社, 1999
91. 孙旭培主编. 华夏传播论. 北京: 人民出版社, 1997

T

92. [美] 汤姆·斯托尼尔. 信息财富—简论后工业经济. 北京: 中国对外翻译出版公司, 1986
93. 屠忠俊, 吴廷俊. 网络新闻传播导论. 武汉: 华中科技大学出版社, 2001
94. [美] 托马斯·巴克霍尔兹. 明天的面孔——信息水平. 开启后信息时代的钥匙. 黄谨等译. 北京: 北京工业大学出版社, 2000
95. [美] 托马斯·鲍德温, 史蒂文森·麦克沃依, 查尔斯·斯坦菲尔德. 大汇流: 整合媒介信息与传播. 龙耘, 官希明译. 北京: 华夏出版社, 2000
96. [美] 托马斯·库恩. 科学革命的结构. 金吾伦, 胡新和译. 北京: 北京大学出版社, 2003

W

97. [美] 威尔伯·施拉姆, 威廉·波特. 传播学概论. 陈亮等译. 北京: 新华出版社, 1982
98. [美] 威尔伯·施拉姆. 大众传播与社会发展. 金燕宁等译. 北京: 华夏出版社, 1990
99. [德] 威廉·狄尔泰. 精神科学引论 (第一卷). 童奇志, 王

海鸥译．北京：中国城市出版社，2002

100．[美] 沃纳·赛佛林，小詹姆斯·坦卡德．传播理论：起源、方法与应用．郭镇之译．北京：华夏出版社，2000

101．[美] 沃尔特·李普曼．公众舆论．阎克文，江红译．上海：上海人民出版社，2002

102．邬焜．信息认识论．北京：中国社会科学出版社，2002

X

103．[美] 西格尔·E·布莱克编．比较现代化．杨豫，陈祖洲译．上海：上海译文出版社，1996

104．邢贲思主编．当代世界思潮．北京：中共中央党校出版社，2003

105．[美] 宣伟伯，余也鲁．传媒·教育·现代化——教育传播的理论与实践．北京：高等教育出版社，1988

106．徐耀魁主编．西方新闻理论评析．北京：新华出版社，1998

Y

107．殷晓蓉．战后美国传播学的理论发展——经验主义和批判学派的视域及其比较．上海：复旦大学出版社，2000

108．[美] 伊曼纽尔·沃勒斯坦．现代世界体系（1～3卷）．尤来寅等译．北京：高等教育出版社，1998

109．[比] 伊·普里戈金，[法] 伊·斯唐热．从混沌到有序：人与自然的新对话．曾庆宏，沈小峰译．上海：上海译文出版社，1987

110．尹鸿，李彬主编．全球化与大众传媒——冲突·融合·互动．北京：清华大学出版社，2002

111．俞文钊．管理的革命——创建学习型组织的理论与方法．上海：上海教育出版社，2003

112．[美] 约翰·奈斯比特．大趋势：改变我们生活的十个新方

向. 北京: 中国社科出版社, 1984

113. [英] 约翰·费斯克. 理解大众文化. 王小珏, 宋伟玉译. 北京: 中央编译出版社, 2001

114. [美] 约瑟夫·斯特劳巴哈, 罗伯特·拉罗斯. 今日媒介: 信息时代的传播媒介. 熊澄宇等译. 北京: 清华大学出版社, 2002

Z

115. 中国社会科学院新闻与传播研究所, 江苏省广播电视总台, 南京大学新闻传播学系合编. 全国第七次传播学研讨会论文集. 2002

116. 张国良. 传播学原理. 上海: 复旦大学出版社, 1998

117. 张国良主编. 20 世纪传播学经典文本. 上海: 复旦大学出版社, 2003

118. 张国良, 黄芝晓主编. 中国传播学. 反思与前瞻——首届中国传播学论坛文集. 上海: 复旦大学出版社, 2002

119. 张鸿雁. 侵入与接替——城市社会结构变迁新论. 南京: 东南大学出版社, 2000

120. 张隆栋. 大众传播学总论. 北京: 中国人民大学出版社, 1993

121. 张咏华. 大众传播社会学. 上海: 上海外语教育出版社, 1998

122. 张咏华. 媒介分析. 传播技术神话的解读. 上海: 复旦大学出版社, 2002

123. 赵志刚. 从大众传播到网络传播: 21 世纪的网络传媒. 成都: 四川大学出版社, 2001

124. 周鸿铎主编. 网络传播与知识经济. 北京: 北京广播学院出版社, 2001

125. 周晓虹. 现代社会心理学史. 北京: 中国人民大学出版社, 1995

126. 周晓虹. 现代社会心理学. 上海: 上海人民出版社, 1996

127. 周晓虹. 西方社会学: 历史与体系 (第一卷). 上海: 上海

人民出版社，2002

128．周晓虹主编．现代社会心理学名著菁华．南京：南京大学出版社，1992

129．[美] 兹比格涅夫·布热津斯基．大失控与大混乱．潘嘉玢，刘瑞祥译．北京：中国社会科学出版社，1995

130．邹志仁主编．信息学概论．南京：南京大学出版社，1996